

SUISSE DIGITAL
CONNECTE NOTRE PAYS

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



UN SUPPLÉMENT THÉMATIQUE DE SMART MEDIA

FOCUS.

Innovation & Business Swiss Values

Juin '24

Carole Hubscher

La Présidente de Caran d'Ache nous explique dans cette interview le succès et la longévité de cette love brand.

En lire plus sur focus.swiss



BUCHARD
voyages



VOS SORTIES D'ENTREPRISE
100 % PERSONNALISÉES



Martina Hirayama

L'innovation, fruit d'une coopération partenariale entre la science et l'économie

La Suisse est connue pour son système de formation performant, ses excellentes hautes écoles, ses établissements de recherche réputés et les multiples acteurs innovants qu'elle compte dans différentes branches. En matière d'innovation, les besoins des PME, des pharmas ou des start-up sont très divers : pour les unes, la priorité ira à des offres accessibles de transfert de savoir et de technologie, pour les autres, à une recherche fondamentale de qualité ou à un soutien pour l'entrée sur le marché.

L'engagement de l'économie privée est particulièrement important, notamment sur le plan financier : le secteur privé assume plus de deux tiers des dépenses de recherche et développement en Suisse. Pour que cet engagement perdure, les conditions-cadres doivent être assurées. Il faut encourager la recherche et l'innovation, mais aussi garantir les possibilités de coopération internationale et l'accès au personnel qualifié, aux infrastructures et aux données.

Du côté de la Confédération, l'encouragement de la recherche et de l'innovation se fonde sur des principes éprouvés : grande autonomie laissée aux acteurs, approche bottom-up combinée à des priorités ciblées et subventions allouées selon des critères d'excellence. Nous analysons en permanence les développements nationaux et internationaux et ajustons au besoin les instruments. Ce



dispositif doit être maintenu, car la concurrence est forte.

L'UE et de nombreux pays dans le monde mènent une politique d'innovation de plus en plus active. La Suisse est traditionnellement plus réservée en matière d'intervention sur le marché ou de politique industrielle. L'agence

d'encouragement Innosuisse a néanmoins été chargée de lancer, en 2021, l'initiative Flagship destinée à promouvoir des projets sur des thèmes spécifiques. Depuis 2023, Innosuisse peut accorder des subventions directes à des start-up avant leur entrée sur le marché. L'introduction d'instruments d'encouragement orientés mission pour répondre aux défis urgents de la société est aussi à l'étude. Le soutien de technologies clé comme l'intelligence artificielle ou les technologies quantiques est décisif pour maintenir notre compétitivité.

Tout l'enjeu est de renforcer la coopération entre la science et l'économie, de promouvoir une culture entrepreneuriale qui permet l'innovation et récompense la prise de risque, mais aussi et surtout d'encourager les jeunes talents. Car à l'avenir, c'est bien d'eux dont dépendra le succès de la Suisse en tant que pôle d'innovation.

Texte **Martina Hirayama, secrétaire d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation**

Contenu.

- 10 Interview:
Carole Hubscher
- 12 Swisscom

Focus Innovation – Essor Numérique.

Chef de projet

Baris Aras

Country Manager

Pascal Buck

Head of Content Romandie

Léa Stocky

Layout

Mathias Manner, Sara Davaz

Journalistes

Léa Stocky, Océane Ilunga

Image de couverture

Caran d'Ache, Nicolas Blandin

Canal de distribution

Bilan

Impression

Stämpfli Publications SA



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!
Baris Aras
Team Leader

ANNONCE

IDHEAP | Institut de hautes études en administration publique

Accédez aux postes clés du secteur public

L'IDHEAP de l'Université de Lausanne est le plus grand et plus ancien centre de formation et de recherche pour l'administration en Suisse.

Scannez et découvrez notre catalogue de formations continues :



unil.ch/idheap/formations

Unil
UNIL | Université de Lausanne
IDHEAP

Au cœur de l'action publique
Am Puls des öffentlichen Sektors
Al centro dell'azione pubblica
Al center dal sector public
At the heart of public service



ARTISTE ACTIVISTE ARCHIVISTE

BERNHARD LÜTHI INVITE

16.06 —
10.11.24

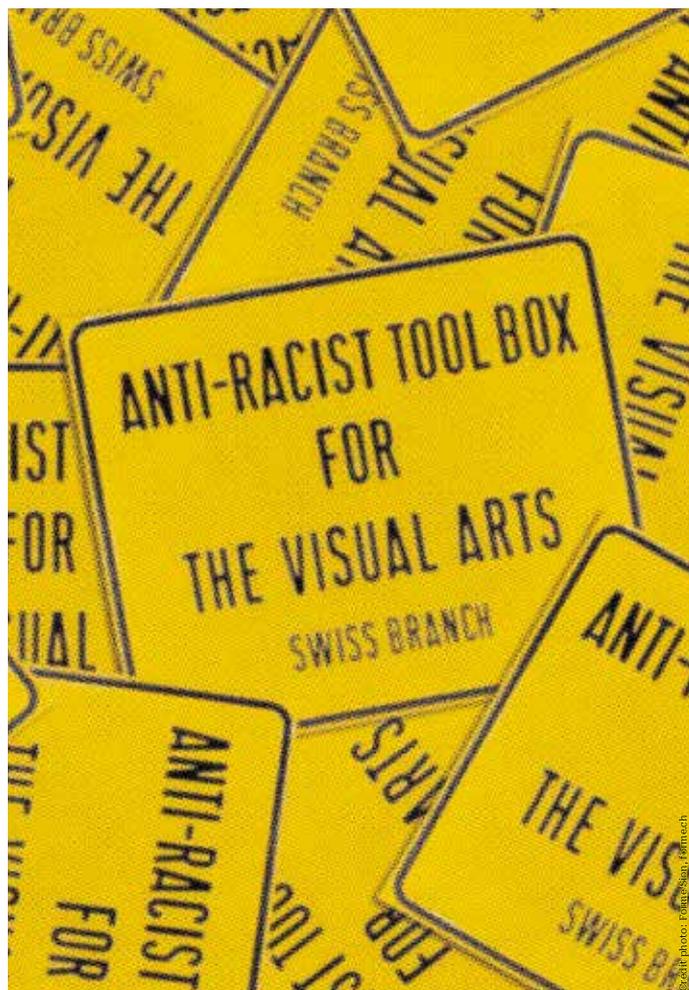
LENS | CRANS-MONTANA
FONDATIONOPALE.CH



FONDATION OPALE



Le Nouvelliste



HIAG

THE HIVE



Un écosystème industriel à haute valeur ajoutée dans un cadre verdoyant

Vous souhaitez développer ou implanter vos activités au sein d'un campus dynamique ?
Rejoignez un site unique dès aujourd'hui dans des surfaces existantes, ou demain dans
un bâtiment sur mesure.

Découvrez
The Hive



Informations et visites : Ines de Bavier | +41 79 843 21 61 | ines.debavier@hiag.com

« Proches, humains, responsables »



Michèle Rodoni
CEO La Mobilière

Tradition, excellence, innovation, depuis bientôt 200 ans, la Mobilière incarne les valeurs suisses. L'entreprise se distingue par sa structure coopérative et ses 80 agences générales réparties dans tout le pays. Elle mise, entre autres, sur la proximité avec sa clientèle, l'aide en cas de sinistres et la prévention. Michèle Rodoni, CEO depuis 2020, explique la renommée de son entreprise et les défis qui l'attendent.

Michèle Rodoni, quelles sont les valeurs suisses que la Mobilière incarne ?

La Mobilière est comme une petite Suisse. Le siège se trouve à Berne et nous avons dans tous les cantons des agences générales qui fonctionnent comme des entreprises indépendantes. Nous sommes aux côtés de nos clientes et clients depuis bientôt 200 ans. Ce que nous promettons, nous le faisons. Par exemple, enfilez nos pélerines et bottes lorsqu'il s'agit d'apporter de l'aide à notre clientèle lors d'intempéries. Nous défendons des valeurs suisses comme la qualité du travail, le respect de la tradition et l'innovation.

En quoi la Mobilière se distingue-t-elle de ses concurrents ?

Nous sommes une coopérative, c'est ce qui nous différencie fondamentalement. Nous ne devons pas maximiser nos profits mais les optimiser pour assurer notre avenir. Nos clientes et clients participent à notre succès ; chaque année, nous leur redistribuons une partie de nos bénéfices. Nous nous engageons pour la société suisse et investissons

dans la recherche, la culture, le sport et la prévention. Sans oublier un atout majeur, notre proximité et notre service 5 étoiles.

Qu'est-ce que cela signifie concrètement ?

Nous avons 80 agences générales réparties dans toute la Suisse. Cette décentralisation permet d'être proches de la clientèle, d'être à son écoute et de la conseiller au plus près de ses besoins. Chez nous, les sinistres sont réglés sur place. Lorsque la tempête s'est abattue en juillet 2023 à La Chaux-de-Fonds, l'équipe de l'agence générale locale était aux côtés de la population pour la soutenir. Cela crée un lien émotionnel fort.

Et en ce qui concerne la prévention ?

Nous investissons beaucoup dans la prévention des dangers naturels. Depuis 2019, nous offrons des systèmes de protection contre les crues aux communes exposées aux risques d'inondation. Nous soutenons aussi des projets comme les villes éponges, qui visent à désimperméabiliser les sols asphaltés de zones habitées et à les végétaliser. De plus, la végétalisation favorise la biodiversité et réduit les îlots de chaleur. À l'heure du dérèglement climatique, ces projets sont essentiels.

La Mobilière est une des entreprises suisses les plus renommées.

À votre avis, pourquoi ?

La façon dont notre clientèle perçoit la marque Mobilière est un facteur de succès important. Nous vivons nos valeurs « proches, humains, responsables » et cela nous différencie. Selon une étude récente, nous sommes aussi l'employeur le plus attrayant de notre secteur. Ce n'est pas un hasard car nous offrons à nos collaboratrices et collaborateurs un cadre et des conditions de travail de qualité. Restent nos campagnes publicitaires. Les gens se reconnaissent dans nos croquis et

nos spots. Chère Mobilière est un slogan que beaucoup se sont appropriés dans la courante pour décrire une situation délicate. Tout cela rend notre marque forte.

Malgré un contexte économique compliqué, vos résultats sont toujours bons. Le danger n'est-il pas de s'endormir sur ses lauriers ?

Au contraire ! Nous avons décidé désormais de concentrer tous nos efforts sur notre cœur de métier. Cela signifie que nous renonçons à tout ce qui ne fait pas partie de l'offre d'assurance et de prévoyance. Un tiers des ménages et des PME sont assurés à la Mobilière. Leurs besoins changent et pour continuer de garantir un service 5 étoiles, nous devons évoluer. Cela passe par l'adaptation aux nouvelles technologies et l'innovation.

Où innovez-vous en particulier ?

L'innovation est partout à la Mobilière car elle est liée à la technologie. Nous nous concentrons sur l'infrastructure, les processus et les produits. Je donne volontiers l'exemple de nos assurances cyber. Nous couvrons les risques mais surtout, nous sensibilisons les PME. Nous parcourons la Suisse avec un conteneur mobile et présentons aux PME les enjeux de la cybersécurité. C'est un service nécessaire et novateur.

Quelles sont les défis qui attendent la Mobilière ces prochaines années ?

Tout d'abord, le changement climatique qui augmente le nombre et la gravité des sinistres. Ensuite, le développement de l'intelligence artificielle, qui permet d'améliorer nos services à la clientèle et notre façon de travailler. Je pense par exemple à notre Mobi-ChatGPT. Enfin, il s'agit d'accompagner nos collaborateurs. Nous devons leur offrir la possibilité de se former afin qu'ils puissent s'adapter à un environnement professionnel en constante évolution.

ANNONCE

BUCHARD
voyages

VOS SORTIES D'ENTREPRISE

Voyage de un à plusieurs jours
100 % sur-mesure et personnalisé

Plus d'infos au 027 306 22 30
ou sur www.buchard.ch/groupe





REYL
INTESA SANPAOLO

WEALTH MANAGEMENT

CORPORATE FINANCE

ASSET SERVICES

ASSET MANAGEMENT

reyl.com



SUCCESS. TOGETHER.

GENEVA

ZURICH

LUGANO

LONDON

MALTA

SINGAPORE

DUBAI

BUENOS AIRES

« Nous ne voulons pas seulement faire partie du tournant énergétique - mais y participer activement »

Beaucoup associent Agrola SA aux pompes à essence et aux boutiques de stations-service. Mais l'entreprise joue également un rôle majeur dans la création d'un avenir énergétique durable et se concentre pour cela sur la mobilité, le photovoltaïque et la chaleur. Comment maîtriser cette transformation ?



Daniel Bischof
CEO d'Agrola SA

Daniel Bischof, Agrola est une entreprise de tradition. Quelles sont les valeurs qui la caractérisent, hier comme aujourd'hui ?

Agrola SA s'est toujours distinguée par une action responsable, innovante et ambitieuse. Ainsi, nous nous montrons responsables vis-à-vis de la société en tant que garant de l'approvisionnement: nos produits sont importants pour le système et garantissent l'approvisionnement de la population suisse en énergie et en chaleur. Nous assumons également notre responsabilité vis-à-vis de nos partenaires et de nos clients, car l'énergie et la mobilité sont des piliers essentiels de la prospérité de notre société. Et bien sûr, nous avons aussi une responsabilité envers nos collaborateurs - ils sont les moteurs de notre succès.

Vous avez cité l'innovation comme deuxième valeur. Celle-ci devrait être essentielle aujourd'hui.

Absolument. Notre force d'innovation se manifeste notamment par notre capacité à réagir aux changements dans le secteur de l'énergie et à nous adapter aux nouveaux besoins des clients. C'est essentiel pour Agrola, qui est l'un des principaux exploitants de stations-service en Suisse: la Suisse s'oriente vers la durabilité. Nous sommes donc en train d'adapter nos modèles existants à l'avenir. Les solutions photovoltaïques intégrées - appelées microgrids - sur nos sites ou les concepts complets de recharge et de facturation dans le domaine de la mobilité, que nous proposons aux entreprises et aux particuliers, en sont des exemples concrets. Cette transformation portée par l'innovation ne serait toutefois pas possible sans ambition. En effet, nous ne voulons pas seulement faire partie de la transition énergétique, mais aussi y contribuer activement. Nous avons par exemple installé une station-service à hydrogène en octobre 2020, bien avant que le thème de l'hydrogène ne soit sur toutes les lèvres.

Quel objectif à long terme visez-vous avec la transformation d'Agrola ?

En collaboration avec nos partenaires, les coopératives régionales Landi, nous souhaitons faire avancer le tournant énergétique dans les zones rurales de Suisse. Il y a là un énorme potentiel.



Image iStockphoto/VISUAL GENERATION

Nous transformons les agriculteurs en gestionnaires d'énergie en leur permettant non seulement de produire et d'utiliser de l'électricité solaire, mais aussi de la revendre. Au cours de son histoire, Agrola a prouvé à maintes reprises qu'elle pouvait se «réinventer» avec agilité. Nous le faisons à nouveau en repensant l'énergie et la mobilité et en créant des structures et des produits d'avenir. Pour ce faire, nous relient les mondes de l'énergie et de la mobilité ruraux et urbains et proposons des prestations de marché qui répondent aux besoins des clients, même dans une Suisse décarbonisée.

L'un des principaux besoins des clients sera de maintenir leur niveau de vie, malgré un mode de vie plus durable. Comment Agrola permet-elle cette durabilité ?

Nous utilisons les revenus de nos activités fossiles «classiques» pour développer des prestations de marché renouvelables. De cette manière, nous rendons possible une transformation vers plus de durabilité, qui évolue parallèlement aux conditions de vie de nos clientes et clients. Concrètement, nous misons sur des fournisseurs locaux et des circuits de livraison courts. Nos pellets de bois, par exemple, proviennent autant que possible de fournisseurs régionaux suisses. Avec la mise en place d'une production d'électricité décentralisée, y compris des solutions de stockage, de l'hydrogène et nos propres entrepôts de pellets de bois, nous contribuons à la stabilité du réseau et à la sécurité de l'approvisionnement. Nous sommes également pionniers dans le domaine des biocarburants et leaders sur le marché de la distribution de pellets de bois. En collaboration avec nos partenaires, les coopératives Landi, nous faisons aussi avancer l'extension du réseau de recharge électrique dans les régions rurales. Enfin, nous sommes également actifs dans

le domaine des solutions photovoltaïques, avec des installations et des extensions PV parfaitement adaptées à l'utilisation dans les exploitations agricoles. Nous ne pouvons avoir un tel impact «vers l'extérieur» que parce que nous accordons une grande attention à nos aspects «intérieurs».

De quels aspects s'agit-il exactement ?

Une culture de travail positive et ouverte est au centre de nos préoccupations. Après tout, nos collaborateurs sont les garants de notre succès. Nous sommes une grande équipe répartie sur six sites et deux régions linguistiques. Mais malgré cette répartition géographique, nous cultivons des valeurs communes auxquelles nous restons fidèles: nous voulons être orientés vers les clients et les solutions, être engagés, capables de se développer, faire preuve d'initiative et avoir le sens des responsabilités. Ces valeurs se traduisent concrètement par nos solutions pragmatiques, notre mentalité «hands-on» et nos idées. Nous créons des compétences d'avenir en formant nos collaborateurs et en collaborant avec des universités et des hautes écoles. Et nous vivons notre communauté sous forme d'événements et d'échanges animés: en juin 2024, toutes les équipes se réuniront à nouveau pour un grand événement d'entreprise bisannuel - je m'en réjouis déjà!

Plus d'informations sur www.agrola.ch



Photovoltaïque : une success story valaisanne



Alexandre Wuttke
CEO de Solaire Romand

En à peine quelques années d'activité, une entreprise valaisanne se positionne parmi les leaders romands sur le marché du photovoltaïque. Gros plan sur ce succès avec Alexandre Wuttke, CEO de Solaire Romand.

Alexandre Wuttke, qu'est-ce qui vous a poussé à vous lancer dans le secteur de l'énergie solaire ?

Cela a d'abord été initié par mon attachement à un avenir respectueux de l'environnement. C'est vraiment ce qui a été le déclic ! Après avoir analysé les différents moyens de produire de l'énergie durable, le solaire est vraiment apparu comme l'un des plus efficaces, tout en étant accessible directement par les propriétaires suisses. Au moment du lancement de l'entreprise en 2015, le solaire était également en train de bénéficier de nombreuses innovations techniques permettant de meilleurs rendements.

Après bientôt dix ans d'activité, quel bilan pouvez-vous tirer concernant le développement de votre entreprise ?

Solaire Romand est une entreprise familiale qui a su s'imposer comme l'un des leaders sur le marché photovoltaïque en Suisse romande, nous en sommes très fiers. Nous comptons aujourd'hui environ 70 employés sous contrat fixe répartis en différents départements. Nous avons notamment quatre équipes de montage permettant d'assurer quatre chantiers quotidiennement et jusqu'à vingt par semaine. Nous avons récemment dépassé les 2000 toits équipés pour lesquels nous assurons également la maintenance sur le long terme. Notre succès est le fruit d'une forte demande du marché mais aussi d'un engagement constant envers la qualité, la fiabilité et la précision dans toutes nos opérations.

Parlons justement de ces valeurs très suisses. Comment Solaire Romand les intègre-t-elles dans son approche ?

Ces valeurs sont au cœur de notre identité. Chaque installation est minutieusement planifiée et exécutée avec soin. Notre équipe partage ces valeurs et les applique quotidiennement. Nous proposons des solutions personnalisées et adaptées à chaque maison, choisissant des panneaux

photovoltaïques de milieu et haut de gamme, avec une exclusivité pour le marché suisse sur les produits « Denim », fabriqués en Europe.

Avec un tel développement, avez-vous réussi à garder de la proximité avec vos collaborateurs et vos clients ?

Oui, c'est un objectif important pour moi. Malgré notre croissance, nous maintenons un esprit familial et veillons à ce que chaque installation soit traitée avec soin. C'est pourquoi Solaire Romand attache vraiment de l'importance à faire du cas par cas pour proposer l'installation la plus efficace possible à nos clients en adéquation avec leur consommation électrique. Nous travaillons également à améliorer la satisfaction client et la communication sur les démarches administratives nécessaires aux projets.

Qu'en est-il de l'engagement de Solaire Romand envers la communauté locale et l'environnement ?

Il est intéressant de lier ces deux points car nous avons justement un projet en ce moment allant dans ce sens. Nous sommes partenaire du film d'animation *Sauvages!* du réalisateur suisse Claude Barras. Ce film a été produit dans les studios de Martigny et c'est une ode à la protection de l'environnement et des écosystèmes. Localement, nous restons très liés aux grands événements de notre région tels que la très festive foire du Valais et le Swiss Voice Tour aux côtés de la Coop.

Notre engagement environnemental se traduit plus particulièrement par le choix de panneaux durables avec des garanties jusqu'à 35 ans et qui sont aujourd'hui quasiment intégralement recyclables.

Quels sont les principaux défis auxquels Solaire Romand est confrontée dans le secteur de l'énergie ?

La pénurie de matériel est un défi majeur. Les panneaux solaires et les onduleurs sont devenus des denrées rares. Cela nécessite une bonne gestion des stocks et des relations avec les fournisseurs. La technologie évolue rapidement et nous devons également rester à la pointe.

Il est aussi crucial de démontrer la qualité de nos services et d'informer le public sur les avantages du solaire, comme la réduction des factures d'électricité et la revente du surplus d'énergie.

Répondre à la forte croissance du secteur demande une adaptation constante aux innovations et aux changements législatifs, tels



que la récente votation sur l'électricité du 9 juin 2024. Ceci va entraîner un nouvel élan pour le solaire mais aussi exiger certaines adaptations dans les solutions proposées à nos clients. Toutefois, nous avons déjà beaucoup d'expérience dans l'adaptation aux changements législatifs avec les règles de subventions communales et fédérales qui évoluent régulièrement.

Enfin, nous sommes optimistes quant à l'avenir. Le marché de l'énergie solaire continue de croître et l'entreprise également. Ceci nous demande donc de structurer notre entreprise au rythme de sa croissance. Une croissance qui promet d'être encore importante avec de nouveaux produits et la conquête de nouveaux marchés.

Solaire Romand
0800 800 003
www.solaireromand.ch



SOLAIRE
ROMAND

Carole Hubscher

Plus d'un siècle de créativité et d'excellence suisses

Fondée en 1915 à Genève et aujourd'hui présente dans 90 pays, Caran d'Ache est devenue au fil du temps une entreprise suisse emblématique, véritable ambassadrice de l'excellence du « Swiss Made ». Reconnue pour ses produits de haute qualité, la marque a toujours réussi à utiliser son héritage comme moteur d'innovations, lui permettant ainsi de continuer à répondre aux besoins de son temps. Fleuron de la tradition manufacturière suisse, la Maison développe et fabrique tous ses produits au sein de ses ateliers à Genève. Carole Hubscher, Présidente de Caran d'Ache, incarne la quatrième génération à la tête de l'entreprise. Cette maman de trois enfants nous explique dans cette interview le succès et la longévité de cette love brand.

Interview Léa Stocky Image m2d

Carole Hubscher, pouvez-vous nous parler de l'histoire et de l'héritage de Caran d'Ache ?

Caran d'Ache a été fondé en 1915 à Genève sous le nom La Fabrique genevoise de Crayons. En 1924, l'entreprise est reprise par un entrepreneur suisse nommé Arnold Schweitzer qui l'a renommé Caran d'Ache, pensant que ce nom serait plus exportable. Notre famille est entrée dans le capital dans les années 1930. Les produits Caran d'Ache se déploient dans trois univers principaux. Le premier est lié à l'univers des Beaux-Arts et comprend les crayons de couleur, les pastels, les gouaches, l'acrylique ou encore les feutres. Dans les années 1950, cette branche s'est développée avec une gamme d'écriture du quotidien et une d'haute écriture. Nous fabriquons tous nos produits à Genève grâce à plus de 300 personnes qui représentent plus de 90 métiers différents. Nous sommes la seule manufacture au monde à regrouper tous ces savoir-faire sous le même toit. Nous travaillons aussi avec nos fournisseurs, dont 80% se situent en Suisse ou en Europe.

Comment Caran d'Ache allie-t-elle tradition et innovation dans ses produits ?

Tradition et innovation font partie de notre ADN. Nous n'avons jamais délocalisé la production, preuve de notre ancrage local. Toutefois, une marque ne doit jamais rester sur ses acquis. Si nous possédons de nombreuses pièces iconiques dans nos collections, nous nous efforçons de les faire vivre et de rester à l'écoute des tendances afin de surprendre en permanence nos clients. Nos nouveaux produits doivent toujours répondre à une de nos valeurs : l'excellence du « Swiss made », la responsabilité, la créativité, l'innovation et la passion.

Comment Caran d'Ache s'engage-t-elle en matière de durabilité et de responsabilité environnementale ?

Dans notre première usine au centre de Genève, nous avons déjà mis en place un système pour réutiliser nos déchets. Nous avons aujourd'hui des panneaux solaires sur nos toitures et nous essayons d'acheter nos matériaux auprès de fournisseurs locaux. Depuis quelques années,



« Nous avons la chance d'avoir un réseau très large composé de nombreux artistes qui nous nourrissent et nous apportent beaucoup en termes de créativité. »

nous sommes un membre actif de l'initiative des Nations unies UN Global Impact et nous éditons chaque année un rapport sur nos performances. Nous construisons également une nouvelle usine pour 2027 qui va nous permettre d'être plus performant au niveau énergétique et d'avoir une automatisation totale de nos stocks. Concernant nos produits, ils sont réparables, rechargeables et s'achètent aussi à l'unité.

Au niveau social, nous travaillons avec des EPI. Il y a plus de 15 ans, nous étions la première entreprise à accueillir une équipe composée de personnes en situation de handicap.

Quelles sont les gammes de produits les plus populaires ou les plus emblématiques de Caran d'Ache ?

Dans la couleur, les crayons Prismalo sont ceux que l'on retrouve le plus souvent dans les salles de classe. On pense aussi au fameux stylo 849

que nous faisons revivre chaque année grâce à des collections. Pour la haute écriture qui est liée aux métiers d'art tels que guillochage, le polissage ou le laquage que l'on retrouve dans les gammes Ecridor, Léman ou Varius, entres autres.

Comment Caran d'Ache valorise-t-elle l'aspect artistique et créatif de l'écriture à travers ses produits et ses initiatives ?

Nous avons la chance d'avoir un réseau très large composé de nombreux artistes qui nous nourrissent et nous apportent beaucoup en termes de créativité. De très grands artistes ont utilisé nos produits, tels que Joan Miró, Pablo Picasso ou encore Karl Lagerfeld. Aujourd'hui, de jeunes talents nous montrent d'autres manières de s'en servir. De plus, nous proposons aux enseignants des ateliers pédagogiques afin de leur permettre de développer leur créativité, et à travers elle, celle des enfants.

Comment une marque telle que Caran d'Ache fait-elle pour maintenir son excellence ?

Dans n'importe quelle entreprise, il est important de se poser les bonnes questions. Nous avons deux départements Recherche & Développement, l'un pour la couleur et l'autre pour l'écriture. Dans le département couleur, des chimistes travaillent sur des nouvelles recettes, en lien avec notre communauté d'artistes. Pour l'écriture, nous travaillons avec des designers et des personnes spécialisées dans certains secteurs des métiers d'art.

Pouvez-vous nous parler des projets ou des innovations récentes de Caran d'Ache qui ont suscité l'intérêt des consommateurs et des amateurs d'art ?

Nous proposons de nouvelles initiatives comme des cours en ligne tels que Creative Class, une plateforme qui propose des cours créatifs en ligne pour notre communauté. Cette initiative nous permet d'aller au bout de la démarche en expliquant comment utiliser nos produits. Dans cette période où l'on a envie de se détacher du digital, une séance de dessin procure énormément de bien-être. Nous possédons également un espace créatif – un lieu d'échanges et d'expérience – à Lausanne, Plateforme 10, qui nous permet de travailler avec de jeunes talents.

watchdreamer.com

N°1 des ventes Horlogères.

La montre de vos rêves dès **69.-/mois**
+1'500 Montres à 0% d'intérêt

★ Trustpilot



+8'500 Clients satisfaits



« On ne soulignera jamais assez l'importance de la branche MEM pour l'industrie suisse »

Les entreprises du secteur MEM (machines, équipements électriques et métaux), employant environ 320 000 personnes, représentent un pilier essentiel de l'économie suisse. Cependant, ce secteur crucial est confronté à plusieurs défis. Heureusement, l'association Swissmechanic s'engage activement pour soutenir cette branche. Entretien avec le directeur, Jürg Marti, sur les priorités de l'association.



Dr. Jürg Marti
Directeur Swissmechanic

Monsieur Marti, en tant que directeur de Swissmechanic, vous représentez un pilier important de l'économie suisse. Comment se porte actuellement la branche MEM ?

Nous effectuons un monitoring trimestriel régulier auprès des entreprises membres et publions quatre fois par an le Baromètre économique Swissmechanic. Celui-ci comprend l'indice du climat des affaires de Swissmechanic, une sorte de prise de pouls de la branche. En ce début d'année 2024, l'indice du climat des affaires se maintient à un niveau très bas, ce qui illustre les défis persistants auxquels la branche est confrontée. Elle continue de lutter contre le franc fort et le manque de commandes, ce qui entraîne à son tour une baisse du chiffre d'affaires et une pression sur les marges. Néanmoins, les entreprises restent modérément optimistes. La lueur d'espoir à l'horizon est toujours visible - mais elle se déplace vers le second semestre.

Comment l'association Swissmechanic soutient-elle concrètement la branche ?

Nous nous engageons à divers niveaux pour les intérêts et les préoccupations de nos quelque 1400 entreprises membres. Les entreprises affiliées sont parfois actives dans des régions reculées de Suisse, où elles génèrent des emplois et des revenus. Nous nous engageons de manière ciblée et dans l'intérêt de nos membres dans les domaines de la politique, de l'économie, de la formation et de la technique. Swissmechanic investit par exemple fortement dans la formation professionnelle initiale avec 14 centres de formation propres. Il s'agit en outre de continuer à renforcer la place industrielle suisse.

Les défis auxquels sont confrontées les entreprises MEM ont déjà été abordés. Quelles opportunités voyez-vous pour le secteur ?

Les valeurs typiquement suisses sont ici un facteur central : la suissitude, la qualité et la précision,

mais aussi la créativité et l'esprit d'innovation caractérisent nos entreprises. En tant que piliers stables de l'industrie suisse, nos PME MEM ont déjà prouvé de manière impressionnante leur force d'innovation, leur agilité et leur capacité d'adaptation dans de nombreuses situations économiques difficiles. Des mesures supplémentaires dans les domaines de la numérisation, de l'automatisation et de l'augmentation de l'efficacité peuvent contribuer à résoudre les problèmes actuels. Il convient également d'examiner les processus et les chaînes d'approvisionnement existants.



Les valeurs typiquement suisses sont ici un facteur central : la suissitude, la qualité et la précision, mais aussi la créativité et l'esprit d'innovation caractérisent nos entreprises.

– Dr. Jürg Marti,
Directeur Swissmechanic

Vous avez évoqué l'esprit d'innovation, une valeur suisse clé. Comment Swissmechanic soutient-elle ses membres dans la recherche et le développement ?

On ne soulignera jamais assez l'importance de la capacité d'innovation des entreprises MEM pour l'avenir de la place industrielle suisse. C'est pourquoi nous demandons une amélioration durable du transfert de connaissances et de technologies entre la science et l'économie au service des entreprises MEM. Pour y parvenir, nous nous engageons en tant qu'association pour un meilleur accès des PME MEM au savoir, aux réseaux et aux investisseurs en capital-risque, par exemple par le biais de centres d'innovation régionaux. Nous estimons également que l'intégration d'exemples pratiques d'entreprises MEM dans l'enseignement des hautes écoles spécialisées est bénéfique.

La pénurie de main-d'œuvre qualifiée est un sujet souvent discuté dans les branches techniques.

C'est pourquoi nous nous engageons au niveau politique pour le renforcement de la formation

duale ainsi que pour le renforcement des disciplines MINT aux niveaux primaire et secondaire. L'apprentissage est un modèle de réussite et l'épine dorsale de la place industrielle suisse. Swissmechanic s'engage en outre fortement dans le marketing professionnel dans le cadre d'une association appelée Fascination Technique : celle-ci a pour mission de faire activement du marketing professionnel pour nos métiers. Il s'agit de montrer aux jeunes à quel point nos métiers sont passionnants, variés et prometteurs. La formation continue de nos spécialistes, tournée vers l'avenir, est également un pilier important de Swissmechanic. C'est pourquoi nous nous engageons pour des possibilités de formation continue attrayantes et proposons la formation continue de spécialiste de production avec brevet fédéral et de technicien(ne) diplômé(e) en construction mécanique ES.

Pour conclure, pouvez-vous nous donner un aperçu de la vision que Swissmechanic a pour l'avenir de la branche MEM ?

La branche MEM se trouve à l'aube de la quatrième révolution industrielle, qui sera fortement stimulée par la technologie numérique. C'est passionnant, car de nouvelles opportunités s'ouvrent - mais c'est aussi un défi, car on attend de la branche un véritable saut technologique. Les processus d'innovation accélérés mettent l'industrie suisse sous pression. La compétitivité est mise à l'épreuve. Swissmechanic investit donc également dans la réforme des professions MEM. Celle-ci met l'accent sur l'industrie numérique en réseau. Nous garantissons ainsi que la qualité élevée de la formation duale sera maintenue à l'avenir. Avec des formations continues ciblées dans le domaine de l'industrie 4.0, nous allons intervenir là où s'ouvre le plus grand potentiel.

Vous trouverez de plus amples informations sur :
www.swissmechanic.ch





Hes·so

Prendre la parole en public

Atelier en art oratoire
Formations pratiques de trois jours
durant toute l'année
6 participant-es maximum



Haute école des arts
de la scène

Informations et inscriptions
manufacture.ch



MEDAIR

DONNER UN SENS À L'AVENIR

Inscrivez dans votre testament les valeurs qui vous tiennent à coeur.
Faire un legs en faveur de Medair c'est laisser un héritage vivant
et contribuer à restaurer l'espoir, la dignité et la vie.

Si vous avez des questions sur le legs,
n'hésitez pas à contacter nos conseillers :

Suisse romande : Pierre Lukaszewski
pierre.lukaszewski@medair.org |
Tél : +41 (0) 79 935 68 35

Suisse alémanique : Wolfgang Binninger
wolfgang.binninger@medair.org |
Tél : +41 (0) 79 413 88 88

medair.org/legacy/

* Medair est une organisation humanitaire suisse de secours d'urgence
et de reconstruction. Depuis 35 ans, notre mission est de sauver des vies et de
soulager la souffrance dans les endroits les plus reculés et dévastés du monde.

@ Medair/Jonathan Kyle. Une petite fille contemple
les collines vertes de l'est de la RD Congo.

L'innovation : une valeur fondamentale en Suisse pour le futur



Roger Wüthrich-Hasenböhler
Vice-Président non-exécutif, Swisscom

Roger Wüthrich-Hasenböhler, vice-président non-exécutif chez Swisscom, cumule plus de 30 ans d'expérience au sein de l'entreprise. Ayant occupé divers postes de direction, il a passé douze ans au sein du comité exécutif, avec une responsabilité particulière pour la division Small and Medium Enterprise (SME, ou PME en français). Expert en ingénierie électrique et en informatique, il a également exercé pendant six ans en tant que Chief Digital Officer, marquant ainsi son empreinte dans la transformation numérique de Swisscom. Dans cette interview, il décrit sa vision de l'avenir de l'innovation en Suisse.

Roger Wüthrich-Hasenböhler, quelles sont, selon vous, les technologies émergentes les plus intéressantes à l'heure actuelle ?

Revenons en 2007, lors du lancement du premier smartphone par Apple. C'était une période d'innovation intense et, de la même manière, je pense qu'aujourd'hui il y a un engouement similaire face à la technologie de l'IA générative (GenAI) qui est passionnante. Je pense que l'IA va transformer l'avenir de manière radicale et très rapidement.

Comment envisagez-vous l'évolution du rôle de l'intelligence artificielle dans les années à venir, et quelles opportunités et défis cela présente-t-il pour des entreprises comme Swisscom ?

Je compare l'intelligence artificielle à l'émergence d'Internet dans les années 2000. Elle va changer beaucoup de choses à l'avenir car GenAI a pour fondation Internet, où toutes les informations sont désormais accessibles et où les algorithmes peuvent les combiner pour offrir de nouvelles solutions ce qui représentera une révolution et modifiera nos métiers ainsi que nos comportements de manière positive.

Mais il y a aussi un revers à la médaille, notamment concernant les droits de propriété intellectuelle et les droits en général, ainsi que des questions éthiques. L'IA peut être utilisée pour de bonnes et de mauvaises actions, et c'est un défi pour les années à

venir. L'Union européenne a proposé un règlement sur l'IA pour répondre à cette question, mais le développement de l'IA est si rapide que nous sommes toujours en retard sur ces questions éthiques et sur la manière de l'utiliser correctement.

Il y a de nombreux avantages à tirer de l'IA, et elle créera de nouveaux emplois. Je ne crains pas que nous perdions nos emplois, je pense plutôt qu'ils évolueront.

Quelle importance revêt l'adoption d'une culture de l'innovation pour les entreprises et quels sont les facteurs clés du succès de cette innovation ?

Si l'on souhaite que son entreprise soit prospère à l'avenir, on doit réfléchir aux services dont ses clients auront besoin dans deux ou trois ans. S'il est parfois difficile d'anticiper les exigences des clients, on peut s'appuyer sur son cœur de métier et ses services actuels pour les développer. Pour cela, une culture de l'innovation est nécessaire, et cela est valable pour toutes les entreprises.

En examinant l'écosystème d'innovation en Suisse, notamment les start-ups, il est crucial de soutenir ces jeunes entreprises lorsqu'elles arrivent à maturité. Il est essentiel d'investir dans ces entreprises prêtes à se développer à l'international, car elles créent des emplois en Suisse et y génèrent de la valeur.

Comment la Suisse se positionne-t-elle en termes d'investissements dans l'innovation, et quels sont les principaux défis à relever pour commercialiser ces innovations et en tirer pleinement parti ?

Nous avons un écosystème d'innovation solide et, lorsqu'on regarde les classements internationaux de l'innovation, la Suisse est toujours en tête. Je pense que notre système éducatif est parmi les meilleurs grâce aux excellentes universités qui le composent. Mais le plus important, lorsqu'on a de l'innovation, c'est de la commercialiser, de créer des emplois et de la valeur. Et dans ce domaine, nous avons un manque. Nous investissons 20 milliards de francs suisses par an mais seulement environ 3 millions sont consacrés à la commercialisation. Comparé à d'autres pays, notamment les États-Unis ou certains pays asiatiques, nous sommes assez en retard ; nous devons investir davantage si nous voulons rester au sommet.

Pouvez-vous nous donner des exemples de projets d'innovation réussis

chez Swisscom et comment ils ont impacté l'entreprise et ses clients ?

Tout d'abord, les cartes SIM prépayées, lancées il y a près de 30 ans, ont rapidement conquis le marché mondial des télécommunications, devenant un standard reconnu. Ensuite, pour faire face aux défis de connectivité, Swisscom a introduit avec succès une carte de données mobiles, permettant aux utilisateurs d'accéder facilement à internet en insérant la carte dans leur ordinateur. Enfin, malgré les doutes initiaux, Swisscom a démontré son expertise en devenant un leader du marché de la télévision avec Swisscom TV (IPTV). L'introduction du replay a également révolutionné nos habitudes en offrant la flexibilité d'accéder aux émissions à tout moment. Ces trois innovations sont, à mon avis, des exemples impressionnants d'innovation par Swisscom dans le passé.

Quels sont les plus grands défis auxquels les entreprises sont confrontées lorsqu'il s'agit d'adopter de nouvelles technologies, et comment peuvent-elles surmonter ces défis ?

Il existe de nombreux exemples comme Kodak, Blackberry ou Nokia. À leur apogée, ces entreprises étaient des leaders du marché, mais elles n'ont pas su anticiper le développement des nouvelles technologies, comme l'intelligence artificielle aujourd'hui. Il est crucial de comprendre le pouvoir de l'IA dans son cœur de métier pour rester compétitif à l'avenir.

Je pense que le défi pour les entreprises réside dans le fait qu'elles ont souvent un cœur de métier très performant et ne ressentent pas le besoin de se préparer aux évolutions. Le défi consiste à identifier les nouvelles technologies, à comprendre les exigences des clients et à développer ses produits et services pour les cinq prochaines années.

Enfin, quels conseils donneriez-vous à d'autres entreprises désireuses d'innover et de rester compétitives dans le paysage technologique en rapide évolution d'aujourd'hui ?

De nouvelles technologies émergent et elles peuvent être très compétitives pour votre cœur de métier. Il est essentiel de vérifier si votre proposition de valeur actuelle sera toujours pertinente dans cinq ans. Soyez vigilant face aux technologies disruptives qui pourraient perturber votre propre entreprise et gardez un œil attentif sur celles-ci.

Vers une restauration d'entreprise durable

Le modèle traditionnel de restaurant d'entreprise a subi une transformation pour mieux répondre aux besoins et aux préférences des employés. L'évolution vers un meilleur modèle de « benefit in kind » reflète une tendance plus large à offrir des avantages flexibles et personnalisés aux employés.



Marco Barboza, Cofondateur Feel Eat

Les frigos connectés permettent aux collaborateurs de choisir parmi une variété d'options alimentaires adaptées à leurs préférences et à leur style de vie tout en étant accessible 24/7.

Alors que le nombre d'entreprises proposant des plats via des frigos connectés ne cesse d'augmenter, il peut être difficile de sélectionner la bonne offre.

L'entreprise Feel Eat se distingue par son écosystème innovant qui intègre technologie et durabilité. Nous échangeons avec Marco Barboza, son fondateur, afin de mieux appréhender cette approche novatrice.

Pourquoi pensez-vous que les entreprises s'éloignent de l'ancien modèle de restaurant d'entreprise?

L'offre des repas est limitée, le gaspillage alimentaire est important et le coût mensuel est très élevé en comparaison avec les frigos connectés. Les clients recherchent davantage la diversité, la flexibilité et une offre respectueuse de l'environnement.

Qu'est-ce qui différencie Feel Eat de ses concurrents?

Feel Eat ne se considère pas comme une entreprise de Food Tech, même si l'utilisation de la technologie est nécessaire pour répondre aux besoins et attentes des clients.

Notre objectif est de fournir des repas 100% fait maison et équilibrés. Feel Eat n'est pas un

distributeur de snacks, mais un fournisseur de repas. Nos valeurs fondamentales tournent autour du fait maison, de la fraîcheur, de la saisonnalité, de l'approvisionnement local et des ingrédients bio (pour les produits suisses), le tout dans un souci d'éco-responsabilité.

Vous faites tout vous-mêmes?

Absolument, nous sommes la seule entreprise sur le marché à produire tous nos produits. L'attrait du fait maison réside souvent dans son authenticité, sa fraîcheur et sa touche personnalisée. De plus, nous gérons la chaîne logistique de l'arrivée des produits bruts à la livraisons client ce qui nous permet d'avoir une visibilité et une meilleure agilité pour répondre aux besoins des clients.

Quelle est l'étendue de votre gamme de produits?

Notre offre inclut une vaste gamme de plats, desserts et boissons pour satisfaire les diverses préférences et contraintes alimentaires de chacun. Nous proposons aussi des petits-déjeuners et en-cas mais le focus reste sur les repas. Chaque semaine, nous offrons 35 menus différents, ce qui nous distingue en offrant une variété incomparable - plus du double de nos concurrents.

Quel est votre approche en matière de développement durable?

Nous nous engageons à réduire au maximum l'énergie et les déchets alimentaires tout au long de la chaîne de production. Nos emballages sont en verre, éliminant l'utilisation du plastique et garantissant la préservation de la qualité des aliments sur une plus longue durée, tout en évitant la contamination par des microplastiques.

La philosophie « zéro déchet » faisant partie intégrante de notre écosystème, nous avons décidé de mettre en place une stratégie de réduction du gaspillage et des déchets alimentaires. Les plats qui ne sont pas consommés dans les frigos de nos clients dans les premiers jours, vont être redistribués dans les écoles et universités en leur proposant un rabais de 50%. Une autre partie est redistribuée à des organisations caritatives telles que l'Armée du Salut ou Free Go.

Comment la technologie vous aide-t-elle?

Notre application offre une vue complète du contenu du frigo, avec des filtres pour les préférences et les intolérances alimentaires.

Les clients choisissent leurs repas et les récupèrent en scannant la porte.

Nous établissons le profil des clients sur les trois premiers mois pour adapter les offres à leurs préférences. Par exemple, si la « Cuisine du Monde » n'est pas populaire, les entreprises recevront plus d'offres de type « Brasserie », réduisant ainsi le gaspillage alimentaire.

Quels sont les autres services proposés par Feel Eat?

Nous proposons des corbeilles de fruits contenant des fruits de saison et locaux, ainsi qu'un service de cafés bio et torréfié en Suisse.

Nos Ninjas visitent régulièrement nos clients afin d'obtenir des retours précieux. Nous organisons deux fois par an des dégustations ajoutant un élément personnel et renforçant le lien avec nos consommateurs.

De plus, nous proposons des services de restauration pour les meetings des clients et les événements exceptionnels.

Y a-t-il autre chose qui mérite d'être mentionné?

La période d'essai initiale est de quatre mois. Si le service est maintenu, le contrat se renouvelle tacitement de six mois en six mois.

Enfin, nous sommes fiers d'être l'option de frigo connecté la plus abordable du marché.

Nous offrons à toutes les entreprises une dégustation gratuite et sans engagement, permettant ainsi de déterminer si le service répond aux besoins avant de prendre une décision.



Planifier un meilleur avenir avec l'IA

Les entreprises sont confrontées à des risques élevés lorsqu'elles prennent des décisions commerciales concernant leur avenir - en particulier sur les marchés internationaux, volatils et changeants d'aujourd'hui. Les algorithmes prédictifs de SwissAI peuvent aider à la prise de décision en réduisant les risques d'investissement, en optimisant l'utilisation des ressources, en augmentant les rendements financiers, en quantifiant et en gérant les risques commerciaux et en réduisant les impacts négatifs sur l'environnement.



Dr. Anna Gawlikowska, CEO de SwissAI

Une nouvelle façon de penser la prise de décision

SwissAI se distingue par une approche prospective de la prise de décision commerciale, capable de modéliser des événements inédits plutôt que de se fier à des données du passé. Le Dr Anna Gawlikowska, CEO de SwissAI, explique : « Les grandes décisions sont souvent basées sur des hypothèses issues de projets similaires, car plus un projet est complexe, moins il y a de précédents ». SwissAI propose une alternative basée sur des faits plutôt que sur des hypothèses.

La plateforme combine un modèle d'infrastructure réel avec un modèle de comportement humain étendu. Cela permet de déterminer des scénarios d'offre et de demande intersectoriels. Ce cadre a été développé pendant 15 ans dans l'un des laboratoires les plus expérimentés de l'ETH et a attiré des clients multinationaux de renom tels que Mercedes, Kajima et Fluxys, qui s'en servent pour relever les défis de la transition énergétique et du développement immobilier.

Des solutions transformatives pour les entreprises

La mission de SwissAI est claire : contribuer à résoudre les grands problèmes du monde grâce à son cadre logiciel avancé. Pour y parvenir, la plateforme logicielle permet à ses clients, principalement des grandes entreprises, d'utiliser l'IA pour aider les dirigeants à prendre des décisions éclairées sur l'avenir. Cela permet de réduire le risque de mauvais investissements et d'augmenter la rentabilité à long terme. La plateforme permet aux multinationales d'anticiper et d'améliorer leur stratégie d'investissement dans différents secteurs tels que l'immobilier, la vente au détail, l'énergie, la mobilité, les assurances, l'urbanisme et les soins de santé.

Un exemple remarquable est la collaboration avec Kajima Corporation, une grande entreprise de construction japonaise, qui utilise SwissAI pour prédire les modèles de visiteurs

des futurs bâtiments. Grâce à la solution de Swiss AI, le promoteur immobilier sait d'où viennent ses futurs clients, quand et pourquoi ils se trouvent dans la zone et comment ces facteurs vont évoluer avec l'introduction de nouveaux services. Cela permet d'adapter la fonctionnalité des bâtiments à l'avenir et d'acquérir des terrains de manière stratégique avec anticipation afin de maximiser la rentabilité.

L'excellence opérationnelle

L'IA se compose de deux systèmes, le premier étant une image de l'infrastructure physique et le second un modèle de comportement humain qui réagit aux entrées du premier. Sur cette base, des solutions sont générées en fonction des objectifs de l'entreprise.

Le premier système crée le mix d'infrastructures et de biens immobiliers. Pour une entreprise, cela signifierait par exemple la création d'un jumeau numérique qui contiendrait les actifs pertinents et coderait la logique commerciale. Ces modèles sont plus précis que ceux utilisés dans l'industrie, car ils ne se concentrent pas sur un seul aspect et simplifient le cadre pour le reste.



Les grandes décisions sont souvent basées sur des hypothèses issues de projets similaires, car plus un projet est complexe, moins il y a de précédents.

– Dr. Anna Gawlikowska

Les options générées sont ensuite intégrées dans un système d'IA basé sur des agents afin de simuler la demande réelle. Les agents de ce système représentent des personnes individuelles qui réagissent à l'infrastructure. Par exemple, si un nouveau magasin s'ouvre à proximité de leur domicile, les personnes adaptent leur comportement. Il est important de prendre en compte les données locales, car les comportements et les habitudes sont culturels dans le monde entier et influencent la demande.

Les clients SaaS de SwissAI choisissent alors la meilleure option pour leur avenir commercial et le système leur dit quand, où et comment mettre en œuvre leur stratégie. Le résultat n'est pas une image statique, mais un scénario mobile que

l'on peut faire défiler en avant et en arrière. Il ne s'agit pas d'une étude unique, mais d'un environnement numérique qui encourage l'expérimentation. Il permet aux entreprises de quantifier l'impact de nouvelles lignes de produits, de modèles commerciaux ou de stratégies de prix.

Il peut être difficile d'imaginer qu'un système soit capable de prédire avec précision le comportement et les changements humains, mais le modèle a prouvé sa fiabilité et sa précision dans de nombreuses coopérations réelles. Le meilleur exemple de la précision du modèle est la prédiction du développement de la Covid-19 en Suisse. Lorsque les premiers cas ont été confirmés dans le pays, SwissAI a modélisé comment la première vague allait se développer. Le modèle a correctement prédit les effets avec une précision d'environ 5 % pour chaque région de Suisse.

Considérations éthiques

Comme SwissAI veut être une force de changement positif dans la société, l'éthique est un aspect important pour elle. « Notre objectif est de résoudre les défis sociaux tels que la décarbonisation tout en garantissant l'intégrité éthique », souligne le Dr Gawlikowska. Il est crucial que ces données ne soient pas obtenues par le traçage de personnes, un élément important pour une IA éthique. En outre, SwissAI attache de l'importance à des données impartiales et non biaisées, même si cela signifie moins de données et des résultats moins précis à court terme. Selon le Dr Gawlikowska, le moyen le plus simple de s'assurer que les normes éthiques de l'entreprise sont maintenues est de recruter des collaborateurs qui partagent les mêmes valeurs et la même vision. L'entreprise espère construire une alliance solide afin de créer une valeur ajoutée pour la société par le biais de projets éthiques.

Pour plus d'informations ou pour toute question :
www.swissai.com
pr@swissai.com



Le portage salarial, une opportunité et une souplesse pour l'avenir

De nombreux changements ont un impact sur le monde du travail. Dans ce cadre, le portage salarial avec MITC représente une opportunité et une souplesse pour l'avenir.



Hervé Grosfilley
Directeur Général



Tiffany Streuli
Responsable des ventes

Le portage salarial s'avère une excellente opportunité pour les créateurs ou repreneurs d'entreprise, les jeunes diplômés, les cadres en recherche d'activité, les pré-retraités, les multi-employés et les travailleurs qui doivent quitter leur compagnie suite aux conséquences économiques qui nous touchent depuis les trois dernières années.

Il s'agit d'une relation tripartite entre une société de portage comme MITC, le

salaré porté et l'entreprise cliente où tout est à l'initiative du travailleur porté et/ou de la société qui veut maîtriser ses coûts avec une personne de confiance.

Le travailleur effectue des recherches et se voit confier une mission par une entreprise où celle-ci détermine son projet et connaît le bon intervenant. MITC est alors l'intermédiaire qui effectue le contrat de prestation de services avec l'entreprise cliente en embauchant le consultant comme salarié.

Sécurité du salariat et liberté du statut d'indépendant

Le portage salarial concilie le statut de salarié d'entreprise et celui de travailleur temporaire et associe donc la protection sociale liée au salariat avec la liberté du travailleur indépendant. Le portage salarial permet en effet au travailleur d'entreprendre sans prise de risques financiers ou personnels puisqu'il ne doit pas créer de structure juridique : sa mission démarre dès la signature du contrat. En cas de rupture de cet accord, il peut bénéficier d'une rupture conventionnelle et des avantages associés au statut de salarié et aux cotisations payées. Le salarié en portage est en outre autonome car il peut

«
Le portage salarial concilie le statut de salarié d'entreprise et celui de travailleur temporaire et associe donc la protection sociale liée au salariat avec la liberté du travailleur indépendant.

choisir ses missions, négocier sa rémunération avec le client, opter pour un emploi du temps flexible et interrompre son activité.

De plus, sa gestion administrative est simplifiée : MITC s'occupe de la facturation, de la comptabilité, du salaire, des charges et du recouvrement auprès du client, si nécessaire.

Avantages du portage pour l'entreprise cliente

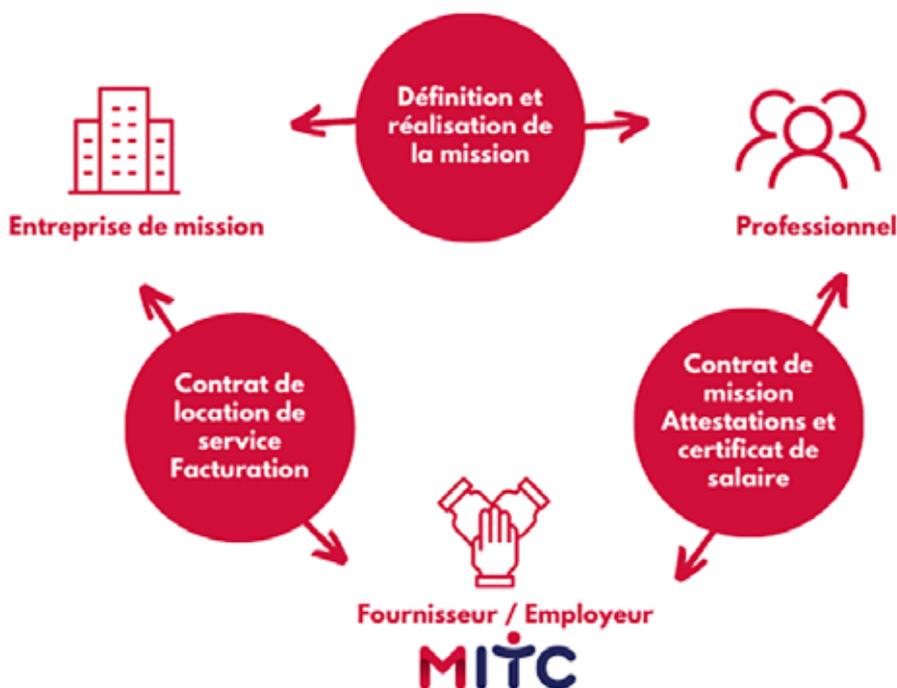
À cause de la crise sanitaire, plusieurs entreprises doivent (ou devront) licencier des employés. Le portage salarial permet une optimisation des coûts pour l'entreprise, mais il garantit aussi une certaine souplesse, notamment par rapport aux employés licenciés. Si les entreprises ne pourront assurer un emploi fixe à 100% à leurs travailleurs, elles pourront les engager à 50 ou 60% par exemple.

À l'heure actuelle, le portage salarial représente donc une voie garante de sécurité, de stabilité mais aussi une opportunité et une souplesse pour l'avenir.

Tentez votre expérience avec MITC.
mitc-consulting.com



MITC
CONSULTING



TRAITS DE
CARACTÈRE

Neuchâtel

ŒIL DE PERDRIX

À DÉGUSTER AVEC MODÉRATION

DÉGUSTEZ L'ORIGINAL SUR LES TERRASSES,
DANS LES CAVES OU EN CROISIÈRE SUR LE LAC ! →



SWISS WINE
NEUCHÂTEL

NEUCHATELOEILDEPERDRIX.CH

Suisse. Naturellement.

Brandreport • Audacia Group

Accompagner l'innovation dans l'e-commerce de produits et de services



Fondée il y a bientôt six ans, la holding valaisanne Audacia investit dans des entreprises e-commerce prometteuses et leur donne les moyens de croître de manière pérenne. Des acquisitions ciblées et portées par l'innovation et le développement technologique dans des industries de niche. Parmi elles : KissKiss, Stickerkid et Stickeryeti mais aussi des plateformes en ligne spécialisées dans le coaching de vie spirituelle.

L'innovation dans le domaine intime

Leader parmi les sexshops online en Suisse, KissKiss.ch fête ses 15 ans en 2024 et réserve de nombreuses surprises à ses clients. Depuis 2018 et l'acquisition par Audacia, la marque n'a cessé de se développer. Toujours à la recherche de perfectionnement et de l'excellence en termes d'amélioration du

bien-être sexuel des individus et des couples, Kiss-Kiss s'est construit une réputation dans son industrie. Elle s'efforce d'intégrer l'IA dans le développement de nouvelles fonctionnalités technologiques, tient à jour et affine sa propre solution e-commerce afin de consolider son rôle de leader sur le marché suisse et développer sa présence dans d'autres pays.



Une technologie de pointe pour l'impression personnalisée

Stickerkid et Stickeryeti, spécialistes des étiquettes et autocollants 100% personnalisés, fêtent respectivement leurs 20 et 10 ans en 2024. Ultra dynamique, le monde de l'impression personnalisée force ses acteurs à rester à l'affût des dernières tendances du domaine, surtout du

point de vue technologique, mais aussi à innover dans l'offre de produits et services sur mesure afin de satisfaire une clientèle toujours plus exigeante.

Parc machines dernier cri, processus d'impression revus mais aussi développement de nouveaux matériaux et produits : Stickerkid et Stickeryeti tentent de se démarquer face à la concurrence pour proposer des stickers personnalisés à leurs cœurs de cible : familles et enfants mais aussi tout type de professionnels. Le tout depuis un site de production local entièrement situé en Valais.

Moderniser une solution technologique pour du multiservice

Le groupe Audacia ne se concentre pas uniquement sur l'e-commerce de produits. À travers deux plateformes de coaching de vie spirituelle en ligne leaders sur les marchés francophone et germanophone, la holding a aussi investi dans le service digital. Les marques acquises actives dans les arts divinatoires ont développé, actualisé et peaufiné une technologie innovante propre à la mise en relation entre clients et experts qu'elles espèrent pouvoir ensuite transposer dans d'autres types de services numériques.

Rénovation énergétique : transformer une contrainte en avantage



Image: iStockphoto.com/JARANA

La révision de la loi sur l'énergie du Canton de Vaud entérine l'obligation de rénover les bâtiments, particulièrement les moins efficaces. En abordant ce défi de manière globale et réfléchie, les propriétaires peuvent transformer une obligation astreignante en opportunités d'investissements judicieuses.

Le bâtiment : fer de lance de la durabilité

Dans ce contexte, le secteur du bâtiment joue un rôle prépondérant dans la recherche d'un approvisionnement durable et indépendant en énergie. Particulièrement énergivores, les immeubles présentent un énorme potentiel

d'amélioration : la majorité du parc immobilier suisse ne respecte pas les normes actuelles en matière de consommation d'énergie.

Le marché immobilier lui-même pousse vers une prise en compte plus marquée de la classification énergétique des immeubles dans leur évaluation (CAPEX), incitant les propriétaires à programmer leur rénovation. Cependant, malgré les avantages évidents comme l'amélioration du confort thermique (ex : geocooling l'été), la réduction des charges et la préservation de la valeur du bien, les coûts d'une rénovation peuvent être dissuasifs.

Incitations à la rénovation énergétique

Les autorités proposent des subventions et déductions fiscales pour encourager les propriétaires à entreprendre des rénovations énergétiques. Mais les propriétaires peuvent aller plus loin pour tirer pleinement partie de la rénovation énergétique, notamment en faisant appel à des Assistants Maîtres d'Ouvrage (AMO) promus par le Canton de Vaud. Ces spécialistes peuvent accompagner avantageusement les propriétaires en proposant une approche globale et concrète de la rénovation de leur bâtiment.

Une stratégie à long terme pour garantir une réelle optimisation

Pour rénover son bâtiment au mieux, il faut s'intéresser à son enveloppe thermique et aux solutions de chauffage. On pense notamment au remplacement des anciennes chaudières, à l'installation de panneaux solaires ou encore à la rénovation des balcons.

Les propriétaires peuvent explorer le potentiel d'agrandissement ou de surélévation de leur bâtiment. Cette option permet de répondre à la pénurie de logement, tout en créant des opportunités de revenus supplémentaires pour le propriétaire.

Une rénovation énergétique peut aussi être l'occasion de revoir les typologies des appartements et de les adapter au goût du jour. En divisant de grands appartements en lots plus petits, un propriétaire peut optimiser les espaces et répondre à la demande du marché, rendant ainsi l'investissement plus attrayant.

Enfin, rendre les bâtiments plus accessibles à tous, y compris aux personnes à mobilité réduite, est un aspect essentiel de la rénovation. Cela améliore non seulement la qualité de vie mais aussi l'attractivité et la valeur des propriétés.

Profiter de l'impératif énergétique

La rénovation énergétique représente une opportunité majeure pour les propriétaires. Malgré les défis financiers et logistiques, une approche d'ensemble permet de transformer ces contraintes en avantages tangibles. En investissant stratégiquement dans la rénovation énergétique, les propriétaires contribuent non seulement au besoin de durabilité, mais sécurisent également l'avenir et la valeur de leurs biens.

Texte Léa Stocky

Article écrit en collaboration avec **German Lecina** et **Jean-Baptiste de Bantel**, Directeurs de Parfi Management SA

**ENGAGÉS DEPUIS
15 ANS VERS UNE
ARCHITECTURE
DURABLE**

ASSISTANCE AUX MAÎTRES D'OUVRAGES
ANALYSE GLOBALE DES BIENS IMMOBILIERS
EXPERT CECB & AMO ACCRÉDITÉ CANTONAL
RÉNOVATION ÉNERGÉTIQUE
ARCHITECTURE BIM & DT

RUE DES BOSQUETS 15, 1800 VEVEY
021 925 37 00
WWW.PARFI.CH



Comment créer des emplois grâce à l'IA ?

Un contrôle de qualité précis est essentiel pour les entreprises industrielles. Mais le manque de personnel qualifié ainsi que les départs d'experts expérimentés en raison de l'âge posent de plus en plus de problèmes aux entreprises. L'intelligence artificielle peut y remédier. Les systèmes de vision basés sur l'IA d'Aurovis SA démontrent que cela fonctionne très bien tout en créant de nouvelles opportunités pour les PME.



Roger Schelbert
Directeur d'Aurovis SA

Monsieur Schelbert, la société Aurovis AG est notamment spécialisée dans l'utilisation de systèmes d'intelligence artificielle pour le traitement et la reconnaissance d'images. Qu'est-ce que cela signifie exactement ?

C'est exact, cela fait plus de dix ans que nous utilisons l'intelligence artificielle dans ce domaine. Les avantages de cette technologie sont nombreux. Pour simplifier, nous utilisons nos « systèmes de vision » pour permettre à une IA spécifiquement entraînée de regarder et d'analyser différentes choses. Ce qui est fascinant, c'est que l'IA est capable de détecter même les plus petites erreurs et déviations dans les objets et les structures. Elle peut ainsi détecter des anomalies qui échapperaient complètement à la perception humaine. Et non seulement une IA peut « regarder » de manière beaucoup plus précise que nous, les humains, mais elle le fait sans pause tout en conservant une qualité élevée.

Dans quels domaines d'application les systèmes de vision d'Aurovis sont-ils utilisés ?

Nos applications basées sur l'IA sont utiles dans de nombreux contextes industriels et constituent une base importante pour toute usine intelligente. Dans le secteur alimentaire, par exemple, nos solutions permettent de contrôler efficacement et précisément la qualité de la viande ou des capsules de café. Dans l'industrie horlogère, nos systèmes d'IA perspicaces garantissent que les composants délicats d'une montre s'emboîtent comme il se doit. Et même la qualité des diamants peut être évaluée avec précision à l'aide de la reconnaissance artificielle des images. L'industrie textile est un autre domaine d'application passionnant : les systèmes de vision détectent entre autres les plus petits défauts dans le motif de tissage des tissus, ce qui peut aider à optimiser la production de vêtements et à économiser ainsi des ressources.

Jusqu'à présent, ces tâches de contrôle étaient effectuées par des humains. Le remplacement par l'IA ne va-t-il pas entraîner la perte de nombreux postes ?

Cette crainte est compréhensible, mais l'argumentation n'est pas concluante. Car l'industrie



suisse est plutôt confrontée à une situation de grave pénurie de main-d'œuvre qualifiée. Et la situation, déjà tendue, s'aggrave encore avec le départ à la retraite de la génération issue du baby-boom. Grâce à nos systèmes d'IA, nous pouvons même contribuer à maintenir et à garantir des emplois - et en créer de nouveaux. En effet, grâce aux systèmes de vision et à d'autres solutions d'IA, l'expertise professionnelle

voie de transformation en tant que partenaire technologique et de sparring-partner. D'ailleurs, l'IA n'augmente pas seulement la rapidité et la précision, elle peut aussi améliorer les relations entre clients et fournisseurs.

Dans quelle mesure ?

Les systèmes de vision assistée par IA ont l'avantage d'évaluer les objets de manière constante en fonction de critères de qualité définis. Cela crée une continuité - et réduit la marge d'appréciation. Les discussions avec les fournisseurs deviennent ainsi caduques lorsqu'il s'agit d'un éventuel écart par rapport à la qualité habituelle du matériel livré. En effet, si l'IA arrive à la conclusion que la marchandise ne correspond pas exactement aux spécifications convenues, il n'est plus nécessaire de poursuivre les discussions et les questions d'appréciation. Cela apporte de la clarté et de la sécurité aux deux parties.

«
Grâce à nos systèmes d'IA, nous pouvons même contribuer à maintenir et à garantir des emplois - et à en créer de nouveaux.

- Roger Schelbert

ne quitte pas les entreprises pour des raisons démographiques. Elle peut être conservée au sein de l'entreprise. L'utilisation de l'IA permet donc aux PME de maintenir leurs performances opérationnelles avec ces possibilités techniques modernes qui leur ouvrent même de nouveaux débouchés potentiels. C'est un fait que nous devons de plus en plus automatiser dans notre pays. Mais il est également vrai que ce processus ne doit pas nécessairement se faire au détriment du personnel. Au contraire : bien appliquées, la numérisation, la robotique et l'IA représentent une chance énorme pour les PME suisses qui augmentent massivement leur compétitivité. Chez Aurovis SA, nous sommes aux côtés des entreprises de toutes les branches et de toutes les tailles sur cette

Pour réussir l'implémentation de nouvelles technologies, il faut que l'entreprise soit prête.

Cette volonté est même essentielle. Nous rendons le processus aussi agréable et efficace que possible pour nos clients, afin que les activités quotidiennes ne soient pas trop affectées par le changement. Grâce à notre expertise et à notre expérience, nous nous assurons en fin de compte que nous mettons en œuvre une solution réellement adaptée aux besoins et aux possibilités de chaque entreprise.

Interview SMA

Plus d'informations sous :
aurovis.ch





Comment rendre les PME sensibles à la cybersécurité

La plate-forme ITSec4KMU, lancée l'automne dernier par l'association du même nom, vise à sensibiliser les petites et moyennes entreprises de Suisse aux dangers d'Internet et à les rendre plus résilientes face aux cyberattaques. Cet article est l'occasion de découvrir ce que l'association a déjà réalisé en matière de sécurité informatique pour l'artisanat et l'industrie et quels sont ses objectifs pour 2024.

La dernière enquête représentative auprès des PME sur le thème de la cybersécurité (gfs Zurich, 2023) montre une image claire : les PME sont certes conscientes des dangers de la cybercriminalité, mais la mise en œuvre de mesures fondamentales de cybersécurité fait toujours défaut. Afin de renforcer la cyber-résilience des PME, le canton de Zoug, la Haute école de Lucerne (HSLU) et l'Académie suisse des sciences techniques (SATW) se sont regroupés pour former l'association IT Security for KMU, en bref ITSec4KMU. La vision depuis le lancement de la plateforme d'information itsec4kmu.ch est de devenir la plateforme centrale suisse pour la sensibilisation des PME dans le domaine de la cybersécurité. L'équipe s'investit pleinement dans cette vision depuis la création de l'association il y a environ deux ans.

Initier le changement avec des services innovants

L'année dernière, ITSec4KMU a repris à cette fin le portail en ligne Cybero.ch. En tant que portail de sensibilisation à la cybersécurité, fondé et financé par la compagnie d'assurance La Mobilière, Cybero est devenu, depuis son lancement en 2021, un outil indispensable pour les PME et les prestataires de services informatiques. Outre un test rapide qui permet aux PME d'évaluer facilement leur propre cybersécurité et de la comparer et de la vérifier grâce au Cybero-Score, des prestataires de services informatiques certifiés sont également mis en ligne sur la plateforme. Avec CyberoLearn, Cybero propose aussi une offre de formation à coûts réduits pour les PME.

Dans les mois à venir, Cybero sera entièrement intégré dans ITSec4KMU. Une extension et un développement des fonctionnalités de la plate-forme sont également imminents. En plus de l'introduction d'un portail d'apprentissage en ligne, ITSec4KMU vise, avec le Security Advisor, un échange plus intensif entre les prestataires de services informatiques et les PME, basé sur des cadres de sécurité et des normes correspondantes. D'autres services innovants sont en cours de planification.

Manifestation commune avec l'Office fédéral de la cybersécurité

En 2024, ITSec4KMU mettra l'accent sur le développement du réseau. Pour atteindre les PME et provoquer un réel changement de comportement, des partenariats solides et des voies de communication efficaces sont essentiels. Pour ce faire, ITSec4KMU mise sur des manifestations et des activités communes avec des acteurs solidement ancrés dans l'environnement des PME et disposant d'un bon réseau. Outre des actions avec des associations professionnelles, ITSec4KMU a organisé, en collaboration avec l'Office fédéral de la cybersécurité (OFCS), un événement de sensibilisation pour les PME le 11 juin 2024. Cet événement, qui a connu un grand succès, a été conçu comme un pilote, avec l'intention de le répéter en 2025 dans d'autres régions de Suisse. Actuellement, ITSec4KMU prévoit d'autres activités et événements afin de contribuer, en collaboration avec des partenaires et des soutiens, à ce que les PME renforcent leurs mesures de sécurité contre les cyberattaques.

À propos d'ITSec4KMU

ITSec4KMU est une plate-forme d'information pour les PME qui fournit des conseils utiles sur le thème de la cybersécurité. Il s'agit notamment d'informations et de listes de contrôle permettant aux PME de se préparer au mieux aux cyber-attaques potentielles. La promotion de la sensibilisation à la cybersécurité et l'accès facile aux informations sont des éléments essentiels. La plate-forme d'information contient également, en plus des actualités et des indications sur des manifestations, une liste de prestataires de services informatiques vérifiés que les PME peuvent contacter en cas de questions concrètes ou de situations d'urgence. ITSec4KMU est une plateforme digitale d'information et ne propose pas elle-même de services aux PME. Le canton de Zoug soutient ITSec4KMU jusqu'en 2026 à hauteur d'environ 1,4 million de francs. www.itsec4kmu.ch





Le vrai luxe plutôt que l'illusion de la grandeur

À l'Hôtel Spitzhorn de Gstaad, les étoiles ne sont pas vraiment importantes. D'autant plus lorsqu'il s'agit de satisfaire les clients. Michel Wichman, locataire et hôte du Spitzhorn, nous présente l'établissement ainsi que ses valeurs telles que l'hospitalité authentique qui dépasse souvent les attentes des clients.

Texte SMA Photos Hôtel Spitzhorn

Michel Wichman, dans une de vos déclarations vous soutenez que «les étoiles sont au firmament». Qu'entendez-vous par là ?

Les étoiles sont au firmament et non pas à un panneau à l'entrée d'un hôtel car, de nos jours, le nombre

attribuer huit étoiles mais cela ne changerait rien car nous favoriserons toujours une hospitalité authentique et sincère ainsi qu'un service impeccable. D'ailleurs, c'est précisément par ces caractéristiques et ces valeurs que nous souhaitons nous démarquer et démontrer la qualité de notre établissement. C'est pour cette raison que nous avons rejeté les quatre étoiles que l'Hôtellerie Suisse envisageait de nous attribuer.

N'est-ce pas un inconvénient, surtout concernant la perception de l'extérieur ?

Non, pas du tout. Même si parfois nous ne pensons pas être à la hauteur, nous dépassons toujours les attentes de nos clients. Les visiteurs deviennent ainsi des habitués enthousiastes et fidèles. Nous proposons une forme d'hospitalité contemporaine et durable, qui laisse les étoiles à leur place - dans le ciel - et nous plaçons toujours le bien-être des hôtes au cœur de notre activité.

Cependant, il reste vrai que les étoiles aident certains invités à choisir leur destination.

Et pourtant, vous vous êtes « contenté » d'ouvrir un hôtel trois étoiles. Pourquoi ?

À mon avis, parallèlement au monde du grand tourisme hôtelier super riche et classique, Gstaad doit se développer davantage en termes de nouveaux concepts pour l'avenir. À Gstaad, il manquait un hôtel trois étoiles qui offrirait un service exceptionnel. Avant d'être hôte du Spitzhorn, j'ai travaillé pendant huit ans comme directeur au Grand Hôtel Bellevue Gstaad (aujourd'hui Le Grand Bellevue). Lorsque je travaillais au Grand Hôtel Bellevue, mon équipe et moi, nous concentrions toujours sur le bien-être de nos hôtes. Toutefois, alors que cela devrait être une évidence, la satisfaction du client a fini bien souvent par passer en deuxième place dans de nombreux hôtels de luxe. Dans ces cas, la chasse aux étoiles associée aux efforts et sacrifices visant à attirer un grand nombre de célébrités a conduit à une situation qui ne permettait pas à un invité « lambda » de se sentir à l'aise dans l'établissement.

Pourquoi avez-vous choisi le Spitzhorn pour votre nouvelle mission ?

Dès le début, ma femme et moi avons pu aider à façonner l'âme de l'hôtel Spitzhorn. En tant que locataires, nous avons repris un établissement de l'assurance La Bâloise qui correspond parfaitement à notre idée d'un hôtel moderne. Pas de posture guindée, pas d'illusion de grandeur. Nous privilégions une atmosphère détendue et une cordialité authentique. En 2014, le « Times » a même écrit qu'il s'agit d'un moyen de « réinventer Gstaad pour les skieurs au budget plus modeste ».

Qu'est-ce qui différencie le Spitzhorn d'autres hôtels de la même catégorie

ou d'une catégorie supérieure ?

Nous pensons qu'il ne faut « pas toujours vouloir plus, mais aspirer au meilleur ». C'est le principe directeur de notre hôtel trois étoiles supérieur. À mon avis, il n'est pas possible de comparer un hôtel à un autre car chaque établissement possède son propre charme et sa propre identité. Finalement, ce qui compte c'est l'âme de l'hôtel, tout est une question de niveaux, notre hôtel est d'un degré plus spacieux, les couloirs sont plus larges, les chambres plus lumineuses, les boissons plus grandes, le champagne plus pétillant, le temps est meilleur, les enfants sont plus heureux, les montagnes plus hautes, la piscine s'avère plus accueillante, les prairies alpines plus colorées et les visages de notre équipe sont plus rayonnants. Ce qui

par exemple des soupes spéciales, des poissons locaux, des classiques alpins, des rôtis copieux et des desserts gourmands ainsi que des spécialités saisonnières.

Vous décrivez votre établissement comme un hôtel trois étoiles qui comporte une infrastructure quatre étoiles. Qu'est-ce qui confère à cette dernière sa grande qualité ?

Notre hôtel est en effet un trois étoiles supérieur avec une infrastructure quatre étoiles dans un environnement cinq étoiles. Cela fait aussi partie de notre slogan. Lorsque nous avons ouvert l'hôtel Spitzhorn en décembre 2013, « la légèreté de l'être » a également trouvé son expression architecturale. En tant que chalet-hôtel, l'établissement ne choque pas et



fait la différence c'est aussi notre facture qui, malgré le confort offert, rayonne d'une modestie particulière. Nous nous concentrons uniquement sur le client et son bien-être. Tout ce dont nos visiteurs ont besoin est à leur disposition. Nous offrons donc le vrai luxe plutôt qu'une illusion de grandeur.

Qu'est-ce qui distingue l'offre culinaire du Spitzhorn ?

Les plats les plus populaires des Alpes ou « The Best of the Alps » d'Allemagne, d'Autriche, de Suisse, d'Italie et de France attendent nos visiteurs ! Nous avons mis au point les meilleures recettes, qui convainquent par des ingrédients frais, souvent locaux, et forment un menu simple mais très savoureux. Nous proposons

se fond harmonieusement dans l'un des plus beaux paysages alpins de Suisse. Les chalets enchantent parce qu'ils absorbent les couleurs et les formes de leur environnement rendant l'ensemble « léger ». Quant à nos intérieurs, il a été difficile de laisser transparaître l'esthétique très particulière du monde extérieur. Nos décorateurs d'intérieur ont créé une œuvre d'art étonnante. Les 50 chambres et les 110 lits de l'établissement offrent les meilleures vues sur la région. L'hôtel comprend aussi une salle de jeux pour les enfants, une cuisine saisonnière de brasserie dans le restaurant ainsi qu'une zone de bien-être, un fitness, une piscine, un sauna/bain à vapeur, des soins Kneipp et des massages.

d'étoiles est de moins en moins lié à la qualité de l'hôtellerie. Notre équipe se préoccupe uniquement des clients et fait de son mieux pour qu'ils soient satisfaits. C'est pourquoi les évaluations en ligne de nos visiteurs sont beaucoup plus significatives que nos étoiles pour nous. L'hôtel pourrait même se voir