WIR info

4/2025

Le magazine des PME suisses

Épargne volontaire

VIAC Invest: épargner hors pilier 3a

Plus de flexibilité

TopCC, le marché en gros et partenaire WIR, accepte désormais tous les moyens de paiement CHF courants

Grands moments au lac Noir

Le restaurant SchwarzseeStärn est lieu d'excursion et arrivée d'étape du Tour de Suisse à la fois

Banque WIR

Pionniers

Éditorial

L'application VIAC lancée en 2017 et utilisée aujourd'hui par plus de 120 000 clients comporte désormais de nouveaux produits financiers, parmi lesquels le nouveau VIAC Invest pour l'épargne libre.

Il y a bientôt huit ans, VIAC et la Banque WIR révolutionnaient le marché de la prévoyance en lançant la première application du 3e pilier lié entièrement numérique. Cette application VIAC comporte désormais de nouveaux produits financiers, parmi lesquels VIAC Invest pour l'épargne libre, c'est-à-dire l'épargne hors pilier 3a. Chacun est libre de décider le montant de l'épargne à investir en fonds – le montant minimal étant fixé à 1 CHF (p. 6).

VIAC Invest se distingue également par sa simplicité et corrobore ainsi le rôle de pionnier de VIAC. Un bref questionnaire permet de définir votre propension au risque et une stratégie de placement. L'établissement d'un ordre de paiement conclut le processus – faites donc un essai!

Vous savez bien sûr que vous pouvez, très ludiquement et sans aucun risque, vous mettre dans la peau d'un chef d'entreprise en jouant à un jeu de plateau tel que le Monopoly. Ce jeu, âgé de 120 ans, existe en de nombreuses variantes et bientôt peut-être également – de manière légèrement modifiée – sous la forme d'un «jeu des arts et métiers WIR» (p. 26). Il peut servir de cadeau à distribuer à la clientèle afin de renforcer des liens déjà existants. Il s'agit là d'un objectif important pour n'importe quel chef d'entreprise, car il est environ sept fois plus coûteux de fidéliser de nouveaux clients que de conserver les clients existants. «En moyenne, les clients fidèles dépensent davantage et sont moins sensibles au prix, raison pour laquelle la fidélisation de la clientèle devrait constituer une stratégie d'entreprise centrale», souligne notre chroniqueuse Jana Lucas dans son analyse de tableau (p. 22).

L'expérience a montré que les partenaires WIR font partie de la catégorie des clients fidèles. Le marché en gros TopCC (p. 10) et le restaurant SchwarzseeStärn (p. 14) recourent tous deux au système WIR en tant qu'élément fédérateur. Alors que le restaurant «SchwarzseeStärn» vous permet de ménager au maximum vos liquidités CHF, le marché en gros TopCC applique un taux d'acceptation WIR de 20%. Jusqu'à très récemment, il fallait également régler la part CHF avec la WIRcard, respectivement la WIRcard plus. Désormais, TopCC mise sur la flexibilité et accepte tout moyen de paiement CHF courant.

Daniel Flury
Rédacteur en chef

Sonnenkönig Fresco 140: restez cool!

Il fait trop chaud? Sonnenkönig vient à votre secours: puissant et efficace, le climatiseur mobile Fresco 140 procure un agréable rafraîchissement partout là où il faut – au bureau, à la chambre à coucher, au séjour, etc.

Le climatiseur Fresco 140 a plus d'un atout pour convaincre: puissance de rafraîchissement, design moderne, facilité d'utilisation. Il est doté d'une télécommande pratique avec minuterie pour votre plus grand confort.

Ce climatiseur mobile vous accompagne partout là où il faut. Son fonctionnement économique vous assure un climat intérieur idéal, sans compromis. Profitez de la légèreté rafraîchissante du Fresco 140 pour vivre pleinement l'été!

Spécifications:
- 3 vitesses
- débit d'air: 400 m³/h
- déshumidification: 36 l/24 h
- pour locaux jusqu'à env. 55 m² / 130 m³
- classe énergétique A
- télécommande

Données techniques:
- puissance absorbée: 1,6 kW
- puissance frigorifique: 14 000 BTU/h (4 kW)
- couleur: blanc
- dimensions: 44 x 71,5 x 33,5 cm
- poids: 22 kg
- garantie: 2 ans

Fresco 140, valeur 1 399 CHF, au prix exclusif de 1 111 CHW, TVA et frais de port compris. Profitez et économisez sans tarder!

Partenaire WIRpromo

Fondée en 1957, la maison Sonnenkönig s'est fait connaître par ses chauffages infrarouges. Aujourd'hui, sa gamme comprend tous les appareils de chauffage et de refroidissement ainsi que divers appareils ménagers et équipements de cuisine. Synonyme de précision suisse, la marque Sonnenkönig est réputée pour ses produits de haute qualité.

Sonnenkönig | Olensbachstrasse 9-15 | CH-9631 Ulisbach | +41 58 611 60 00 | info@sonnenkoenig.ch | www.sonnenkoenig.ch

Vous êtes une PME et souhaitez promouvoir vos produits en proposant ici une offre avantageuse? Contactez-nous par courriel sous wirmarket@wir.ch ou téléphonez au 0800 947 944.

Sommaire

Page 22

Les gens choisissent de faire leurs achats là où on les écoute et où l'on comprend leurs besoins. Savoir mieux prendre en compte les besoins des clients accroît la probabilité de bénéficier d'achats de répétition et d'une augmentation du chiffre d'affaires. Un tableau de Konrad Witz datant du Moyen Âge tardif pourrait inspirer les entreprises à mettre en place des relations plus étroites avec leur clientèle.

Page 26

Qui n'a jamais rêvé de construire un empire de sociétés ou de biens immobiliers? La société Rüegg Management GmbH vous permet de réaliser ce rêve, même si ce n'est que pour vous amuser. Le jeu, basé sur le Monopoly et les jeux d'échelles, peut s'adapter aux besoins les plus divers et représente le cadeau publicitaire d'entreprise idéal de PME à PME.

Page 34

Les pauses. Tout le monde en parle, mais l'esprit d'entreprise les a longtemps considérées comme faisant partie d'une conspiration ourdie par les paresseux. En effet, «pour obtenir un résultat, il faut s'engager à fond et brûler pour la cause»: c'est ce qu'il pensait. Un jour, il a toutefois constaté que son cerveau ressemblait à un ordinateur portable surchauffé auquel il manquait un ventilateur.

6 **Épargne volontaire**
VIAC Invest: épargner hors pilier 3a

10 **Plus de flexibilité**
TopCC accepte tous les moyens de paiement CHF

14 **Grands moments au lac Noir**
Le «SchwarzseeStärn» dans le district de la Singine

22 **Artgrade your business**
L'art de fidéliser la clientèle

26 **Un jeu des Arts et Métiers en lieu et place de Monopoly**

28 **«Offrir une évasion de la vie quotidienne»**
Interview d'Helena Bigler, directrice Procap Voyages

33 **144 pages de «Faszination WIR»**

34 **L'esprit d'entreprise et les pauses**
Rubrique de Karl Zimmermann

36 **La Gen Z au travail**

38 **Sophia Loren dans le campanile**
Les touristes découvrent des lieux de tournage

42 **500 CHF en cadeau!**

43 **Nouveaux participants WIR**

46 **Bienvenue au WIR-Network!**

58 **Délais de remise d'annonces**

62 **Impressum**

63 **Emplacements de la Banque WIR et réseaux sociaux**

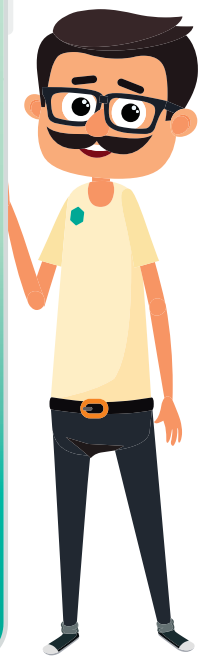
64 **Possibilités publicitaires dans le réseau WIR**

66 **Prix des annonces**

L’épargne facile:

investir pour l’avenir avec VIAC Invest!

Il y a huit ans, VIAC révolutionnait le marché suisse de la prévoyance et aujourd’hui, elle favorise l’épargne facile. Avec son 3e pilier 3a entièrement numérique, l’application VIAC faisait alors office de précurseur et elle a fait vaciller le statu quo dans la branche. Alors qu’à l’époque, les fonds de prévoyance étaient confiés à des banques qui ne proposaient presque aucune innovation ou à des assurances dont les offres n’étaient pas toujours transparentes, il existe aujourd’hui un grand choix d’applications de prévoyance qui s’inspirent très directement de l’exemple de VIAC. Désormais, VIAC passe au chapitre le plus récent de son histoire: l’épargne hors 3e pilier lié grâce à VIAC Invest.



Les visages derrière VIAC Invest De g. à dr.:
Pascal Heydecker (responsable de la gestion des fonds), Rene Ineichen (CEO VIAC Invest),
Simon Spirig (responsable adjoint de la gestion de portefeuilles) et Dominik Eglin (CEO adjoint VIAC Invest).

Photo: Michel Schnyder

VIAC reste le leader sur ce marché très disputé, avec la Banque WIR en tant que partenaire fort à ses côtés: plus de 120 000 clients confient déjà à VIAC une fortune globale administrée de plus de 4,7 milliards de francs. Un succès que même les fondateurs de VIAC n'escomptaient pas dans cette ampleur.

«Notre objectif était de fidéliser 20 000 clients sur une période de dix ans. Nous avons largement dépassé cet objectif après seulement trois ans d'existence.»
Daniel Peter (CEO VIAC AG)

Pourquoi se contenter d'épargner pour la retraite? Les meilleurs produits financiers en une seule et même application

Aujourd'hui, l'éventail des prestations VIAC couvre bien davantage que le seul pilier lié 3a: dans l'intervalle, l'assortiment s'est étoffé de comptes de libre passage, de crédits hypothécaires et d'assurances. Cependant, là non plus, l'application n'est pas encore arrivée au terme de son évolution. En formulant l'objectif de proposer l'ensemble des produits financiers importants dans une seule et même application, VIAC aborde un nouveau chapitre de son histoire et lance VIAC Invest: épargner, en parallèle aux efforts de prévoyance, sans restriction, mais avec la même recette de succès que dans le cas du pilier lié 3a.

Qu'est-ce que VIAC Invest?

VIAC Invest est un plan d'épargne numérique qui permet d'investir ses économies dans des fonds.
Le montant investi dépend de l'épargnant; on peut se lancer dès un montant initial de 1 CHF seulement.

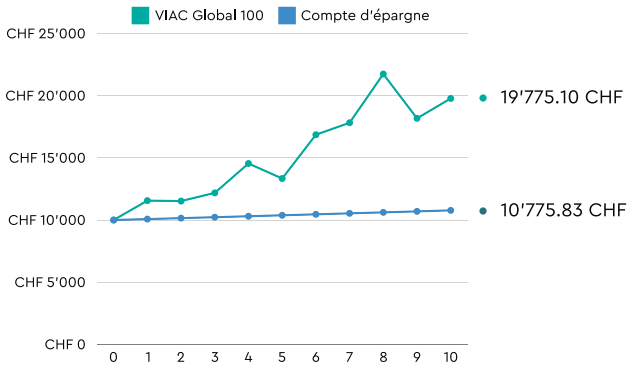
Le plan d'épargne basé sur des fonds de VIAC se distingue par sa simplicité et permet à tous ceux qui ne sont pas des experts en finance de profiter eux aussi des opportunités qu'offre le marché. Un bref questionnaire permet d'évaluer la propension aux risques et de recommander ensuite une stratégie de placement, dans un vocabulaire clairement compréhensible pour tous.

Il ne reste alors plus qu'à mettre en place un ordre permanent sur votre compte bancaire et l'application s'occupera de manière autonome de tout le reste. La plupart des gens savent que tout investissement est également lié à un certain risque, car la valeur des placements est soumise à des fluctuations. C'est la raison pour laquelle un horizon de placement à long terme est un critère important. De manière générale, il ne faudrait investir que de l'argent dont on n'aura probablement pas besoin à court ou moyen terme.

Duel entre compte d'épargne et plans d'épargne en fonds

Désormais, tout le monde sait que cacher ses économies sous le matelas constitue sans doute le mode d'épargne le moins prometteur qui soit. Cependant, un compte d'épargne présente également des défauts, car l'intérêt obtenu ne suffit souvent pas à compenser la perte de valeur due à l'inflation et c'est ainsi surtout l'épargne à long terme qui représente alors une source de pertes. Avec un horizon de quarante ans, l'inflation peut faire disparaître environ la moitié de la fortune. De plus, si l'on prend en compte le rendement que l'on a manqué pendant cette même période en choisissant de ne pas investir, la différence peut vraiment être conséquente.

Une brève comparaison permet de mettre en évidence ces différences: supposons que nous disposions en 2014 d'un montant de 10 000 francs sur un compte. Nous comparons un compte d'épargne offrant un taux d'intérêt plutôt généreux de 0.75% par an à un investissement unique sur la base de la stratégie VIAC Global 100:



Une évolution positive des valeurs dans le passé n'offre aucune garantie quant à une évolution positive des valeurs à l'avenir.

4 mythes en matière d'investissement

1. **Investir, c'est un problème de riches.**
   ✗ **Faux.** Chez VIAC Invest, il est possible d'investir à partir d'un montant de 1 franc et il n'y a aucune obligation de versement.

2. **L'argent comptant est sûr.**
   ✗ **Faux.** L'argent perd de sa valeur en raison de l'inflation et pour un même montant à l'avenir, on pourra acheter nettement moins qu'aujourd'hui.

3. **Investir est compliqué.**
   ✗ **Faux.** Avec VIAC Invest, il suffit de répondre à quelques questions. L'application fait le reste.

4. **Pour investir, i faut attendre le bon moment.**
   ✗ **Faux.** Trouver le bon moment n'est pas vraiment possible. Il est beaucoup plus sûr d'investir régulièrement et à long terme afin de profiter de l'effet des frais moyens et des intérêts composés tout en minimisant les risques.

Après dix ans, les résultats sont parlants. Si l'on avait investi les 10 000 francs en 2014, le montant épargné aurait représenté, à fin 2024, presque le double du capital de départ dont on disposait sur le compte d'épargne.

Investir à chaque phase de la vie, avec VIAC Invest à ses côtés

Quelle que soit la phase de vie dans laquelle vous vous trouvez: avec VIAC Invest, vous pouvez planifier votre avenir financier de manière flexible, intelligente et rationnelle. VIAC vous accompagne à chaque phase de votre vie avec des solutions qui répondent parfaitement à vos besoins.

- **Plan de prélèvements: la rente privée**

Il est possible de transférer des avoirs de caisse de pension par exemple sur VIAC Invest afin d'établir un plan de prélèvement. Cela permet d'obtenir des versements réguliers à l'âge de la retraite, ce qui correspond à une sorte de rente privée. Dans ce cas bien entendu, le capital se réduit peu à peu alors que le solde demeure investi et productif. Simultanément, il reste possible de retirer le capital de manière flexible lorsqu'on en a besoin. Cela permet de combiner idéalement opportunités de rendement et liberté financière.

- **Portefeuille pour enfants: opter pour une prévoyance favorisant la génération suivante**

Plus vous commencez tôt, mieux ce sera: c'est surtout le cas en matière d'investissement. Dans le cas des enfants, l'horizon de placement est particulièrement long, ce qui réduit le risque tout en accroissant les chances de rendement. Un portefeuille pour enfants permet de poser très tôt les bases d'un avenir financier solide, que ce soit pour la formation, l'acquisition d'un logement en propriété ou simplement pour un capital de départ dans la vie.

Que coûte VIAC Invest?

VIAC Invest te propose la gestion de fortune au meilleur prix – un prix plus avantageux que celui d'offres comparables – tout en fournissant des performances maximales. Chez VIAC, les frais de dépôt, les frais de transaction, les suppléments pour devises étrangères et même un extrait de compte électronique à usage fiscal sont compris.
Jusqu'au 31.12.2025, la taxe de gestion de fortune VIAC Invest n'est que de 0.00%[1]! Par la suite, les taxes de gestion de fortune seront également très basses avec un taux de 0.25% par an.

Miser sur VIAC Invest dès maintenant et profiter de l'action promotionnelle de lancement!

- En supplément, montant de CHF 2000[2] libre de toutes taxes à vie
- Jusqu'à CHF 100 de bonus «Sign-Up»[3]

● *Michel Schnyder*

1 Hors frais liés aux fonds engagés.
2 Pour les 25'000 premiers clients VIAC Invest.
3 Distribution aléatoire avec CHF 10, 20, 30, 50 et 100 comme montants possibles.

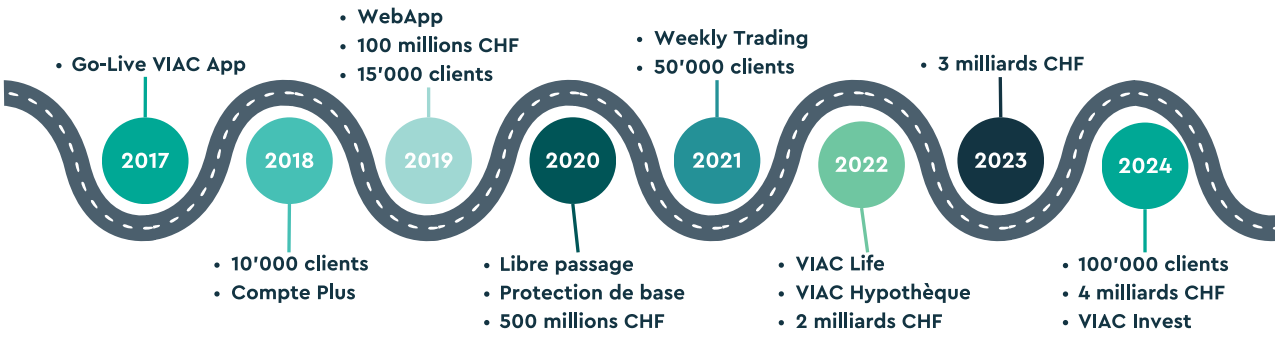
viac.ch

3 questions à Rene Ineichen, CEO de VIAC Invest:

Qu'est-ce qui différencie VIAC Invest d'autres prestataires de services?
Un maniement très simple pour que chacun, même sans aucune connaissance en finance, puisse l'utiliser. À l'aide du profil de risque, nos clients se voient proposer une stratégie de placement qui correspond à leurs besoins et ils n'ont pas besoin de se préoccuper du choix de divers investissements. S'il devait malgré tout être nécessaire de répondre à des questions, notre service à la clientèle compétent est en mesure de fournir toute l'aide nécessaire.

Quels étaient les plus importants obstacles à surmonter?
Le plus grand défi aura été de créer un produit qui soit à la fois simple et professionnel.
Dans certains domaines, nous avons emprunté de tout nouveaux chemins, qui étaient pourtant prévus par les régulations en la matière, mais que presque aucun prestataire de services de prévoyance ne proposait. Il nous aura donc fallu fournir énormément d'explications, ce qui a exigé beaucoup de temps. Néanmoins, nous avons bénéficié de l'accord de l'autorité de surveillance des marchés financiers FINMA pour emprunter ces nouvelles voies et, par conséquent, faire preuve d'innovation dans ce domaine.

Quel est ton meilleur tuyau en matière d'épargne?
Commencer tôt, effectuer des versements réguliers et rester fidèle à la stratégie choisie (à moins que les circonstances de vie ne se modifient). Personne ne connaît le bon moment pour s'y mettre et il est beaucoup plus important d'avoir investi plutôt que d'essayer de trouver le bon moment – «time in the market beats timing the market».



Les onze marchés en gros de von TopCC répondent à tous les besoins.

Photos: Henry Muchenberger

TopCC et le réseau WIR – ce qu'il faut savoir

- Les clients WIR peuvent payer tous les articles (à l'exception du tabac, des cigarettes et de quelques autres produits tels que les consignes sur bouteilles, les timbres de taxes, les cartes-valeurs telles que les cartes i-Tunes) avec une part WIR de **20%**.
- La part WIR se calcule sur le prix **hors TVA**.
- La part en WIR doit être réglée **dans tous les cas** avec la **WIRcard** ou la **WIRcard plus**.
- Pour faire des achats auprès de TopCC, les clients nécessitent une **carte d'achat**. Cette dernière est disponible auprès des magasins et en ligne à l'adresse www.topcc.ch/kundenbereich/kartenantrag. Pour toute question, le service hotline gratuit vous fournit tous les renseignements complémentaires nécessaires au numéro 0800 800 070.

TopCC: 30 000 articles à 20% en WIR

Chez Cash&Carry TopCC, marché en gros présent dans 11 emplacements, les établissements de l'hôtellerie et de la restauration ainsi que tous les autres clients commerciaux peuvent faire leurs achats avec une part WIR de 20%. Désormais, la part CHF ne doit pas obligatoirement être réglée au moyen de la WIRcard ou de la WIRcard plus.

Depuis plus de deux ans, TopCC fait partie des adresses de prédilection de la clientèle WIR issue de la restauration et du commerce ainsi que du secteur privé. Qu'il s'agisse de fruits, de légumes, de produits laitiers, de viande ou de vins: chez TopCC, les clients bénéficient toujours de produits avantageux et de première fraîcheur tout en profitant d'un grand choix – et de la possibilité de régler leurs achats avec une part WIR de 20%!
L'impressionnant assortiment d'environ 30 000 articles comprend également de nombreux produits non food et near food tels que des articles d'hygiène, des produits de nettoyage ou des cosmétiques. Des produits de la marque propre «TopCC Profit» complètent l'assortiment.

TopCC est le seul marché en gros de Suisse allemande dont tous les emplacements disposent d'un département boucherie avec service de découpe.

La carte de débit Mastercard

La carte de débit Mastercard de la Banque WIR est non seulement gratuite, mais elle dispose également de quelques caractéristiques sans pareilles:

- elle s'utilise dans le monde entier pour des retraits en espèces ou des achats,
- pour les paiements en ligne sur Internet et dans App Store,
- pour les paiements sans contact et le «Mobile Payment» par smartphone.

24 retraits au bancomat en Suisse et à l'étranger sont gratuits, chaque retrait supplémentaire ne coûtant ensuite que 2 CHF par transaction – qu'elle se fasse en Suisse ou à l'étranger. Les retraits en devises étrangères n'entraînent aucun prélèvement de commission et sont débités sur votre compte privé top au cours interbancaire (taux de change moyen) – impossible de faire plus avantageux!

Avez-vous des questions au sujet de la carte de débit Mastercard? N'hésitez pas à nous appeler: 0800 947 948 (lun-ven, 08 h 00-17 h 00).

Par conséquent, les établissements de l'hôtellerie et de la restauration peuvent couvrir chez TopCC l'ensemble de leurs besoins, avec les portions de grande ampleur dont ils ont besoin. Les PME «normales» y trouvent également tout ce dont elles ont besoin, par exemple pour une manifestation, leur cafétéria ou le local de pause: café, vins, bières et snacks pour un apéro, de la vaisselle, des services, du liquide lave-vaisselle, du papier toilette et tant d'autres choses encore. Bien entendu, tous les produits sont également disponibles en portions de ménage très pratiques – par exemple pour les besoins privés. De ce fait, TopCC est également idéal pour les achats hebdomadaires normaux.

Cadeau idéal pour vos collaborateurs

Les clients professionnels peuvent également faire l'achat de cartes-cadeaux de TopCC avec une part WIR de 20%. Ces dernières sont idéales pour faire des cadeaux malins aux collaborateurs.

TopCC voue une grande attention à une qualité gastronomique maximale et d'excellentes prestations de services – «pour tous ceux qui aiment boire et manger». On notera que TopCC est le seul marché en gros de Suisse allemande à disposer d'un département de boucherie avec service dans tous ses emplacements. Ce personnel

spécialisé expérimenté fournit d'ailleurs aussi toujours de précieux conseils de préparation.

Nouveau: plus de flexibilité pour le paiement
Jusqu'il y a très récemment, il fallait également payer la part CHF d'un achat par le biais de la WIRcard ou de la WIRcard plus. Désormais, les consommateurs sont beaucoup plus libres à ce propos: conformément à la devise «Flexibilité de paiement accrue – désormais avec tous les moyens de paiement usuels», il est possible d'utiliser n'importe quelle carte de débit et de crédit ou de payer en espèces. En votre qualité de cliente/client de la Banque WIR, la carte de débit Mastercard gratuite qui fait partie du Paquet Bancaire Top semble être la solution idéale (cf. encadré «Debit Mastercard»).

Comment devenir cliente/client de TopCC?
Pour cela, rien ne change: pour pouvoir faire leurs achats auprès de TopCC, les établissements de l'hôtellerie et de la restauration, les entreprises et d'autres consommateurs ont besoin de cette carte d'achat qui est gratuite et ne comporte aucune obligation minimale d'achat. La carte d'achat est disponible en ligne ou auprès de l'un des 11 emplacements TopCC (cf. encadré «11 emplacements»).

● *Daniel Flury*

WIRmarket.ch > TopCC

Dans le département des vins, tout comme dans d'autres départements, le client peut compter sur les conseils avisés du personnel spécialisé.

TopCC: 11 emplacements en Suisse allemande

Pour les heures d'ouverture, veuillez consulter le site topcc.ch.

TopCC Buchs SG
Fuchsbühelstrasse
9470 Buchs

TopCC Diessenhofen
Chli Ratihard
8253 Diessenhofen

TopCC Hendschiken
Industriestrasse 6
5604 Hendschiken

TopCC Kriens
Ringstrasse 17
6010 Kriens

TopCC Muri près de Berne
Thunstrasse 235
3074 Muri

TopCC Rothrist
Bernstrasse 30
4852 Rothrist

TopCC Rümlang
Riedmattstrasse 8
8153 Rümlang

TopCC Sihlbrugg
Sihlbruggstrasse 107
6340 Baar

TopCC St. Gallen
Gaiserwaldstrasse 6
9015 Saint-Gall

TopCC Winterthur
Töss / In der Au 9
8406 Winterthour

TopCC Zuzwil SG
Herbergstrasse
9524 Zuzwil

NOUVEAU: plus de flexibilité pour le paiement

Sofija et Hans Jungo accueillent leurs hôtes au restaurant SchwarzseeStärn.

Potos: Foto Frutig

Les grands moments culinaires du restaurant «SchwarzseeStärn», dans le district de la Singine

Lorsque les participants au Tour de Suisse aborderont, le 16 juin prochain, la dernière partie de leur deuxième étape, ils passeront directement à côté d'un bijou tout à fait particulier parmi les restaurants WIR: le «SchwarzseeStärn» de Sofija et Hans Jungo.

Le terrain sur lequel se trouve le «SchwarzseeStärn» a été surélevé de quelques mètres afin d'optimiser la vue sur le lac Noir.

Le petit bouledogue français Otto n'est pas très enthousiaste de voir débarquer la visiteuse en cette journée de repos. Il grogne un peu pour exprimer son mécontentement – mais la gamelle de nourriture lui fait vite oublier sa contrariété. Les salutations de la part des époux aubergistes Sofija et Hans Jungo sont bien plus cordiales. Voici déjà dix-sept ans qu'ils investissent beaucoup d'enthousiasme et d'énergie dans le «SchwarzseeStärn» (l'étoile du lac Noir), qui, comme son nom le dit, ne se trouve qu'à quelques mètres à côté du lac Noir, dans le canton de Fribourg. La famille Jungo est habituée au fait qu'il y ait beaucoup de travail, même lorsque le restaurant est fermé, du mardi à jeudi. «Lorsque je ne m'occupe pas du service et du bien-être de mes hôtes, il s'agit pour moi de régler tout le travail administratif», rigole Sofija Jungo. Elle ne cache pas que la gestion de son propre établissement de restauration représente énormément de travail, surtout si l'on s'impose des exigences de très haut niveau.

Or, de telles exigences sont payantes. Les évaluations laissées par les clients sur Google et d'autres plates-formes sont carrément dithyrambiques et louent le service exceptionnellement cordial ainsi que la nourriture de tout premier plan de l'établissement. On y parle de «voyage culinaire interstellaire», d'un incroyable panorama sur le lac et les montagnes, du couple tenancier très cordial et sympathique et de serveurs très professionnels. Un client souligne qu'il ne s'attendait pas à faire une telle trouvaille dans un endroit aussi touristique, constitué d'un petit conglomérat d'installations sportives et de loisirs situé de l'autre côté de la route.

Le Tour de Suisse passera en juin

Lors de notre visite, la neige a déjà bien fondu et bientôt, ce sera au tour du printemps de s'installer: les itinéraires de raquettes à neige laisseront la place aux sentiers de randonnée pédestre et cycliste, le lac Noir ne sera plus utilisé comme patinoire, mais pour des bains rafraîchissants. Mi-juin, le très populaire district de la Singine sera même présent à la télévision. En effet, le Tour de Suisse y

La Banque WIR et le vélo

Depuis 2023, la Banque WIR soc. coopérative est «premium partner» du Tour de Suisse et sponsorise le maillot du prix de la montagne. Le Tour de Suisse – qui aura lieu en 2025 du 12 au 22 juin – est la plus grande manifestation sportive annuelle du pays et une grande fête du cyclisme célébrée par un très large public qui a depuis longtemps adopté la grande tendance de fond que représente le cyclisme. Or, ce très large public est aussi le public cible des produits d'épargne et de prévoyance de la Banque WIR. Voilà pourquoi le média WIRinfo et d'autres canaux de communication s'intéressent au thème du cyclisme et à toutes ses facettes depuis février 2023.

La terrasse se remplira à nouveau dès mi-juin lorsque les participants du Tour de Suisse franchiront la ligne d'arrivée en venant d'Aarau.

fera étape en passant directement devant le «SchwarzseeStärn». Une très belle publicité pour la région, se réjouit Hans Jungo. Il est bien possible que les images qui seront diffusées dans les chaumières depuis le lac Noir montreront également le restaurant. «Nous ne sommes distants que de 100 mètres de la ligne d'arrivée», nous explique M. Jungo. Il est vrai que ce n'est pas la première fois que le Tour de Suisse s'arrête ici. «La dernière fois cependant, nous étions en plein chantier!» L'excellent emplacement le long de l'itinéraire de la course risque de ne pas être la seule raison pour laquelle le couple Jungo pourra, cette année, mettre sur pied une manifestation officielle. De toute façon, il n'y a rien d'inhabituel à ce que des personnalités de haut vol viennent visiter les lieux. Plusieurs conseillers fédéraux en fonction et anciens ont en effet déjà été accueillis par le «SchwarzseeStärn».

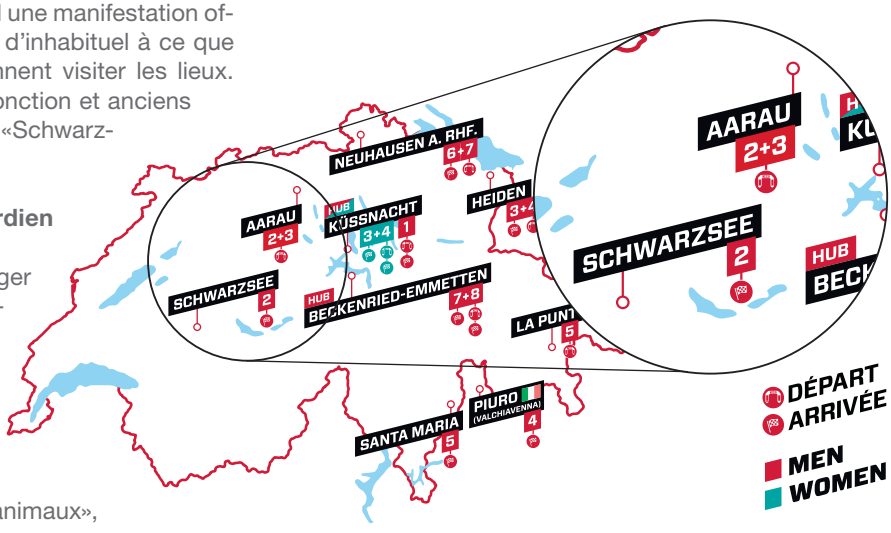
Un rêve d'enfant: le métier de gardien d'animaux

Au départ, rien ne laissait présager que Hans Jungo gère un jour un restaurant. En vérité, il serait volontiers devenu gardien d'animaux au zoo de Bâle, raconte-t-il. «Au cours de mon enfance à Düdingen, j'ai passé beaucoup de temps dans la ferme de nos voisins qui avaient un grand nombre d'animaux», se souvient-il de jadis.

Le conseiller d'orientation professionnelle lui a ensuite recommandé la profession de cuisinier. Ce dernier était un ami du père de M. Jungo, lui-même aubergiste. À l'âge de 15 ans, Hans Jungo a donc déménagé de Düdingen à Zurich pour y faire tout d'abord un apprentissage de sommelier pendant deux ans, puis l'apprentissage supplémentaire de cuisinier qui durait également deux ans – ce qui était assez courant à l'époque. Pendant deux ans, il a ensuite travaillé dans le restaurant de son père, l'auberge de campagne de Garmiswil, que gère aujourd'hui son frère avec son épouse (WIRmarket.ch > Garmiswil; 80% WIR). Entre 1987 et 1990, Hans Jungo a suivi les cours de l'École hôtelière de Thoune tout en reprenant en parallèle le restaurant Gypsera sur les rives du lac Noir: du lundi au vendredi à l'école, le week-end au restaurant. «J'ai également pu faire l'un des stages exigés dans mon propre établissement, ce qui aura été très pratique», rigole-t-il en pensant à cette période très intense de sa vie. C'est aussi ici, au lac Noir, qu'il a rencontré Sofija. Ils se sont mariés en 1991 et ont eu deux fils.

De préférence dans son propre restaurant

Hans Jungo n'a jamais regretté sa décision d'embrasser la carrière d'aubergiste, même lorsqu'il s'est retrouvé littéralement devant un tas de cendres en novembre 2003. En raison d'une défectuosité technique, le restaurant Gypsera a été entièrement détruit dans un incendie. Pendant environ trois ans, les époux Jungo ont ensuite travaillé dans un bâtiment provisoire composé de 26 containers reliés entre eux («nous y avons même organisé un mariage!») pendant les travaux de construction d'un nouveau bâtiment. Ils auraient pu reprendre la gestion du nouveau restaurant, mais ont finalement préféré ouvrir leur propre établissement. «Nous avons eu l'occasion d'acheter un terrain de l'autre côté de la rue», se souvient Hans Jungo. «Toutefois, nous ne voulions pas faire concurrence au Gypsera.»



La 2e étape du Tour de Suisse messieurs mènera d'Aarau au lac Noir.

La dynastie d'aubergistes Jungo mise depuis un demi-siècle sur la Banque WIR.

L'impressionnante cave à vins constitue la base pour l'élaboration presque hebdomadaire d'une nouvelle carte des vins.

Restaurant SchwarzseeStärn

Gassera 1, 1716 Schwarzsee FR
Tél 026 412 00 27

Heures d'ouverture:
Ven + Sam: 11 h 00-24 h 00,
Di: 09 h 30-24 h 00,
Lu: 11 h 00-24 h 00. Tél. 026 412 00 27

Taux d'acceptation WIR: 100%.

Dans l'idéal, le nouvel établissement aurait dû se situer loin de la foule et dans un emplacement légèrement surélevé. C'est pourquoi le sol a été surélevé de trois mètres, ce qui permet non seulement aux clients de bénéficier d'une superbe vue sur le lac, mais également de préserver le restaurant d'éventuels dégâts d'eau. Toujours de la partie: la Banque WIR, même à une époque où elle n'était que très peu présente dans la région. «Dans le district germanophone de la Singine, mon père aura été un véritable pionnier en matière de collaboration avec la Banque WIR. Avec plusieurs partenaires, il a mené à bien divers projets de construction», raconte Hans Jungo en parlant du demi-siècle de collaboration entre la dynastie de restaurateurs Jungo et la banque coopérative.

Le télésiège à l'origine du nom de l'établissement

Les excellentes évaluations dont se réjouit le restaurant sur Internet prouvent que le nom de l'établissement («SchwarzseeStärn» – étoile du lac Noir) n'est pas une vaine promesse. Les nombreux logos qui se trouvent à l'entrée – de Gault Millau jusqu'à la Confrérie du Poisson d'Or, en passant par le Guide Bleu – témoignent non seulement de la qualité des mets servis en ce lieu, mais également de l'attention qui est portée aux hôtes. Pourtant, quelques jours avant la fin des travaux de construction, le restaurant n'avait pas encore de nom. «Dis-donc, en le regardant depuis le télésiège, le toit du bâtiment ressemble à une étoile»: voici comment un ami de la famille lui a fourni l'inspiration déterminante pour le nom du restaurant qui est définitivement apparu sur la carte culinaire de Suisse le 21 décembre 2007, juste avant Noël.

Monsieur œuvre en coulisses et Madame assure l'accueil

Alors que Hans Jungo et son équipe de cuisine s'occupent désormais depuis dix-sept ans de préparer les plaisirs culinaires les plus divers tels que le filet de bœuf Dry-Aged à la sauce au poivre de la Maggia ou encore un filet de cabillaud d'hiver avec du brocoli sauvage grillé, Sofija Jungo veille à ce tout soit parfaitement en place dans la salle à manger. «Mon épouse est une restauratrice-née. Elle irradie en permanence calme et sérénité dans la salle, même si 50 ou 60 personnes y sont présentes, et parvient ainsi à contrôler naturellement toute agitation», applaudit Hans Jungo.

Réduction successive d'activité

Aujourd'hui, le restaurant SchwarzseeStärn rayonne bien au-delà de la région et attire des visiteurs provenant de l'Oberland bernois, voire de plus loin encore. En d'autres termes: l'enthousiasme de la famille Jungo porte ses fruits. Avec ses 37 ans d'exploitation, il doit d'ailleurs être l'aubergiste qui aura servi le plus longtemps dans le district de la Singine, nous raconte-t-il en nous dévoilant un petit secret: «Je commence peu à peu à réduire mon activité.» Aujourd'hui âgé de 58 ans, il désire continuer à travailler,

Depuis 2007, le restaurant SchwarzseeStärn charme les palais sur les rives du lac Noir.

mais a déjà confié le rôle de chef de cuisine à son fils Christian. Ce dernier a fait son apprentissage auprès du cuisinier étoilé Alain Bächler à Bourguillon et a poursuivi sa formation auprès d'Alain Ducasse à Londres. En souriant, Hans Jungo précise qu'il se consacre désormais essentiellement aux douceurs, à la pâtisserie. Par ailleurs, il s'occupe des commandes et, ce qui est très important, de l'impressionnante carte des vins avec ses 120 crus environ. «Nous l'actualisons presque toutes les semaines», précise ce restaurateur passionné de vins. Il est dès lors probable qu'il ne s'ennuiera pas de sitôt. De toute façon: le Tour de Suisse constituera très bientôt un des moments tout à fait particuliers de l'année à venir.

● *Anita Suter*

WIRmarket.ch > Schwarzseestärn

Aujourd'hui, Christian Jungo œuvre en cuisine alors que son père, Hans Jungo, se consacre encore à la pâtisserie et à la carte des vins. *Photo: Karl-Heinz Hug / hugphotos.com*

VTT, randonnées pédestres et baignade au lac Noir

Tout au sud du district germanophone de la Singine, dans les Préalpes fribourgeoises, se cache un véritable paradis pour les adeptes d'activités de loisirs: le lac Noir. On peut bien sûr y passer de merveilleuses heures de détente dans le restaurant SchwarzseeStärn de la famille Jungo mais l'on peut aussi entreprendre de merveilleuses balades dans la campagne environnante ou – à l'instar du Tour de Suisse qui y passera au mois de juin – y pratiquer le vélo ou le VTT. En plus d'un grand nombre de circuits pour vélos électriques, la région réserve aux amateurs de VTT une véritable friandise: le «Tour Panoramique des Buvettes» («Panorama Beizli Tour») de 22,5 km de long.

Les amateurs de randonnées pédestres y trouveront également leur bonheur: le tour du lac en mode détente (4 km, env. 1 ¼ heure), le divertissant «Sentier de la Sorcière» («Häxeweg») (5,4 km, env. 2 heures) ou le circuit de la Grande-Brecca (14,5 km, env. 4 ½ heures): un réseau de sentiers pédestres d'environ 200 km offre l'embarras du choix des sentiers. De nombreux circuits sont dotés de merveilleuses petites «buvettes» en bord de chemin où l'on peut étancher sa soif ou reprendre quelques forces. Certains circuits – de randonnée pédestre ou cycliste – passent directement à côté du restaurant SchwarzseeStärn. D'autres sont accessibles avec le télésiège qui monte à l'assaut de la montagne depuis le côté opposé de la route en direction de la Riggisalp. Ceux qui préfèrent rester au bord du lac ne seront pas en reste: en été, on peut s'y baigner, y faire du pédalo et du standup-paddle et même y pêcher.

fribourg.ch/schwarzsee

Tour de Suisse Women 2025: une véritable fête du sport cycliste

La course cycliste suisse Tour de Suisse Women fête cette année un premier anniversaire. Alors que la course des messieurs a déjà eu lieu à plus de 80 reprises depuis 1933, la course des dames aura lieu pour la cinquième fois. De plus, elle exerce un attrait tout particulier avec une modification que l'on espère déterminante.

Les grandes et célèbres courses cyclistes telles que le Giro d'Italia, La Vuelta ou le Tour de France ont toutes leurs versions féminines. Bien qu'il n'existe aucun règlement prescrivant aux organisateurs qu'ils doivent organiser une telle version féminine de leur manifestation sportive, les courses dames sont devenues une véritable question de prestige.

«Ce n'est pas une obligation. Nous voulons réellement organiser une course dames.»

Olivier Senn

Il en va de même pour le Tour de Suisse: «Ce n'est pas une obligation. Nous voulons réellement organiser une telle course dames», explique Olivier Senn, le directeur du Tour de Suisse. «Le développement qu'a connu le sport cycliste féminin au cours de ces dix dernières années est formidable. En faire partie est un gigantesque privilège.» M. Senn n'a pas eu besoin de cultiver plus particulièrement cet état d'esprit, car, dès le début, il était enthousiaste de l'idée de mettre sur pied une course pour dames à l'occasion du 50e anniversaire de l'introduction du suffrage féminin en 2021. «Nous voulions contribuer au développement du sport cycliste féminin et avons donc très consciemment pris la décision de prendre un risque correspondant.»

L'évolution se poursuit

La première édition du Tour de Suisse Women en 2021 ne comportait que deux étapes. Une année plus tard, il y en avait quatre. Selon Olivier Senn, cette croissance aura joué un rôle très important. Cette année, l'évolution se poursuit. Non pas avec une cinquième étape, mais plutôt avec un changement de date. Pour la toute première fois, la course des dames de quatre jours se tiendra avant, et non pas après la course messieurs. Les dames prendront le départ à Gstaad et arriveront à destination, quatre jours plus tard, à Küssnacht am Rigi. Au niveau tant sportif que dramaturgique, cette modification est déterminante. Du point de vue sportif, la date trouve ainsi une meilleure place dans le calendrier des courses des différentes équipes, car le Tour de Suisse Women n'entre plus en concurrence avec les championnats nationaux qui, globalement, ont lieu juste après le Tour: «Nous espérons ainsi pouvoir recruter davantage d'athlètes de haut vol et un plus grand nombre d'équipes World-Tour auprès des dames.» Une grande star du milieu cycliste, la Néerlandaise Demi Vollering, Suissesse d'adoption et vainqueur de l'édition de l'année dernière, a déjà confirmé sa participation (état mi-mars).

Du point de vue dramaturgique, le changement de date semble également jouer un rôle majeur parce que l'étape finale – c'est-à-dire le point culminant de la course des dames – aura lieu en même temps que le départ du Tour des messieurs à Küssnacht. L'organisateur espère ainsi proposer une véritable fête du sport cycliste susceptible d'attirer de nombreux spectateurs et de générer une forte présence des médias – deux choses qui peuvent encore largement être améliorées pour les courses dames.

Itinéraire attrayant

Or, les courses dames sont souvent un rien plus passionnantes que celles des messieurs, fait remarquer David Loosli, directeur sportif du Tour de Suisse. En effet, les courses des messieurs sont tactiques et très contrôlées et leur vainqueur est souvent prévisible. Chez les dames, il en va tout autrement: «Ici, les surprises sont davantage possibles.» Pour cela, la planification du parcours est déterminante: «Chez les dames, ma réflexion est différente», explique M. Loosli qui conçoit les étapes depuis 2013. Ainsi, il renonce à de forts dénivelés au début des étapes pour dames. Non pas parce que les athlètes féminines ne soient pas en mesure de surmonter de tels dénivelés, mais bien parce que les équipes sont plus réduites et que le niveau de performance des athlètes est beaucoup plus varié. «Une étape de montagne peut très rapidement mener à une scission du peloton en plusieurs groupes, ce qui réduit nettement le suspense.» De manière générale, il n'est pas

Elena Hartmann – ambassadrice de la marque de la banque WIR – est l'une des participantes du Tour de Suisse Women. *Photo: Sam Buchli*

possible d'appliquer aux femmes les étapes des hommes à l'identique parce que le règlement prescrit la distance maximale d'une course par étapes: 160 kilomètres pour les dames, 240 pour les hommes.

> *«Les étapes de départ et d'arrivée sont vraiment géniales.»*
>
> *David Loosli*

Tous les détails relatifs à l'itinéraire ne sont pas encore définis. Pour David Loosli, deux points forts se cristallisent néanmoins: «Les étapes de départ et d'arrivée à Gstaad et Küssnacht sont vraiment géniales.» Dans les deux cas, il s'agit de circuits. À Gstaad, la course gravit le col du Jaun avant de traverser les cantons de Berne, Fribourg et Vaud. Comme il s'agit d'un circuit, les spectateurs auront le privilège de voir les athlètes à deux reprises – une fois au départ et une fois à l'arrivée. M. Loosli se réjouit également de l'étape finale: «Le parcours dessine un huit, mène au Michaelskreuz et à la Rigi avant de revenir plusieurs fois dans la commune de Küssnacht.» Lui aussi se dit convaincu qu'une véritable fête du sport cycliste aura lieu à Küssnacht.

Les athlètes féminines tiennent le Tour de Suisse en très haute estime

Au niveau sportif, le Tour de Suisse Women a parfaitement réussi à s'établir. Financièrement, il évolue toutefois encore avec une «roue de support». La course messieurs continue de cofinancer le tour des dames, même pour cette cinquième édition. Bien que personne ne mette ouvertement en doute la valeur ajoutée de la course des dames, les sponsors vraiment importants ne disent leur enthousiasme pour la course des dames que du bout des lèvres. C'est un fait qui laisse Olivier Senn et David Loosli quelque peu déconcertés, car la course n'a cessé d'évoluer. En 2023 déjà, lors de la troisième édition, le Tour de Suisse Women a été intégré au plus haut niveau de courses – l'UCI Women's World Tour. «Nous avons toujours dit que nous faisions exactement la même chose pour les dames que pour les hommes – ce que les athlètes féminines apprécient tout particulièrement», souligne Olivier Senn.

Après cinq ans, le Tour de Suisse Women est devenu une course très importante pour les coureuses, tout comme ces dernières sont également importantes pour le Tour de Suisse lui-même: les stars étrangères, tout comme les athlètes suisses de classe mondiale telles que Marlen Reusser, Elise Chabbey, Noemi Rüegg et Linda Zanetti. Une course bien organisée dans leur propre pays permet de recruter des athlètes suisses de pointe. En fait, c'est un coup de chance, tant pour le sport cycliste que pour les fans sportifs suisses.

● *Jeannine Borer*

Jeannine Borer fait quotidiennement du vélo et ne saurait pas comment se déplacer autrement en ville de A à B. Elle ne s'intéresse pas tellement à la pratique du vélo sur route, mais adore d'autant plus emprunter les pistes cyclables en montagne. Lorsqu'elle ne fait pas du vélo, elle publie des podcasts. Actuellement, elle réalise un mandat pour Cycling Unlimited.

Tour de Suisse Women pendant 4 jours

Le Tour de Suisse Women – où la banque WIR présente le maillot de la montagne en tant que Premium Partner du Tour – aura lieu du 12 au 15 juin 2025 avec le départ de la première étape à Gstaad et l'arrivée de la dernière étape à Küssnacht (SZ). Trouvez de plus amples détails relatifs à l'itinéraire sous tourdesuisse.ch (> étapes).

Artgrade your business!

L'art de fidéliser la clientèle

Les gens choisissent de faire leurs achats là où on les écoute et où l'on comprend leurs besoins. Une meilleure orientation vers les besoins des clients accroît la probabilité de bénéficier d'achats de répétition, du phénomène de bouche-à-oreille et d'une augmentation du chiffre d'affaires. Un tableau de Konrad Witz datant du Moyen Âge tardif pourrait inspirer les entreprises à mettre en place des relations plus étroites avec leurs clientèles.

Comment abordez-vous vos clients, tant au niveau physique que numérique? Quelle est la première impression que vous leur faites? Le tableau «Rencontre d'Anne et Joachim à la Porte Dorée» de Konrad Witz (aux alentours de 1400 à 1445/1447) nous incite à réfléchir à cette question. Il montre l'étreinte fervente d'Anne et de Joachim, les parents de la Vierge Marie, devant une porte de la ville. La scène représentée dépeint un lien émotionnel assez fort et une certaine familiarité. En lieu avec le monde des affaires, j'aimerais présenter cette étreinte en tant que métaphore pour le lien très étroit qui peut s'établir entre une entreprise et sa clientèle.

L'étreinte en tant que symbole de proximité avec la clientèle

Dans les ateliers que j'organise avec des chefs d'entreprises, j'utilise le tableau de Konrad Witz exposé au Musée d'Art de Bâle pour discuter de la manière dont ils abordent leurs clients. Un contact-client efficace commence par de l'empathie et de la compréhension pour leurs besoins. Tout comme Anne et Joachim qui se retrouvent après une longue séparation, les entreprises devraient accueillir leurs clients les bras ouverts et leur donner l'impression qu'ils sont les bienvenus. À une époque où les consommateurs bénéficient d'un choix presque illimité, l'intensité de leur loyauté se mesure à celle de leur dernier contact avec le service à la clientèle et il devient de plus en plus difficile pour les entreprises de les fidéliser. Pour mieux s'orienter vers les désirs des clients, il convient de définir concrètement les notions telles que «aimable» ou «dévoué au service à la clientèle». Ainsi, le directeur d'une agence d'administration et de communication aimerait cultiver des relations personnelles de proximité avec ses clients potentiels en fixant tout d'abord rendez-vous à ces derniers dans un café. Une professeure de musique envoie à ses élèves des vœux de Noël musicaux afin de leur communiquer une certaine inspiration.

Un service à la clientèle parfait

Garantir un excellent service à la clientèle revient non seulement à satisfaire les clients, mais également à dépasser leurs attentes. Ainsi, le service à la clientèle d'une entreprise devrait donner l'impression aux clients de bénéficier de quelque chose d'unique et de précieux. Le négociant en ligne américain d'articles vestimentaires Zappos (racheté en 2009 par Amazon) agit selon le principe «To live and deliver WOW». Sur la base de cette culture d'entreprise, les collaborateurs de l'entreprise tissent, lors d'un appel téléphonique, un lien émotionnel avec leurs clients en parlant de sujets qui dépassent de loin la transaction de base: par exemple, du prochain marathon pour lequel le client a besoin de nouvelles chaussures de course, d'enfants ou de chiens lorsqu'ils entendent des cris ou des aboiements correspondants lors de l'entretien téléphonique, ou encore de la coïncidence que la collaboratrice et le client ont le même prénom. Encourager les collaborateurs à engager de brèves conversations authentiques qui permettent de créer des liens avec les clients revient nettement moins cher qu'une coûteuse campagne publicitaire.

Les moments d'exception restent en mémoire

La chaîne d'hôtels 5 étoiles Ritz-Carlton a également choisi de créer des moments d'exception. Alors qu'une famille avait oublié à l'hôtel l'ours en peluche de son en-

Une étreinte fervente: Konrad Witz, Rencontre d'Anne et Joachim à la Porte Dorée, aux environs de 1437/40, technique mixte sur bois de bouleau caché sous toile, 158 × 120,5 cm, Musée d'Art de Bâle. *Photo: Musée d'Art de Bâle*

fant, l'établissement ne s'est pas contenté de renvoyer la peluche par la poste, mais l'a photographiée avec le cuisinier de l'hôtel de sa cuisine, avec le concierge à la réception et en de nombreux autres endroits dans l'établissement. Avec ces images et quelques douceurs, l'hôtel a ensuite renvoyé l'ours en peluche, non sans décrire les diverses «aventures» vécues par ce dernier. Pour surprendre les clients avec un tel moment d'exception qui dépasse leurs attentes, il faut des idées créatives et assurer la marge de manœuvre nécessaire pour les réaliser. Pour cela, les cadres doivent permettre à leurs collaborateurs d'abandonner parfois leurs processus de fonctionnement habituels.

Portée millionnaire
Aujourd'hui, un site Web ne suffit plus pour s'adresser et convaincre les clients dans l'environnement numérique. C'est ce que montre l'histoire du négoce de livres anciens de Klaus Willbrand: ce libraire de 83 ans a commencé à partager des recommandations littéraires sur Thomas Mann, Franz Kafka et Virginia Woolf sur Instagram et TikTok. Avec le soutien de sa partenaire d'affaires très coutumière du monde numérique, qui travaillait les vidéos et développait des boîtes à livres thématiques pour la vente en ligne, il a très rapidement réussi à enthousiasmer plus de 150 000 suiveurs. Certaines vidéos de ce «bookfluencer» ont été partagées des millions de fois et ont permis de sauver de la faillite la boutique du libraire-antiquaire qui, grâce à ses activités sur les médias sociaux, a pu vendre bien davantage qu'au cours des vingt années précédentes.

Augmentation du chiffre d'affaires
Qu'en est-il de la restauration? Le personnel de service peut exercer une très forte influence sur le chiffre d'affaires réalisé par un restaurant. Ce dernier s'accroît de manière significative lorsque le personnel de service sourit aux clients, se présente avec son nom lors de l'accueil, passe régulièrement à la table, s'abstient de demander si le client désire encore quelque chose, mais propose au contraire concrètement quelque chose: des questions suggestives telles que «puis-je vous recommander notre tarte aux abricots du jour pour accompagner votre café?» font naître des besoins auprès de la clientèle. Comment résister à de telles propositions? Il y a partout du potentiel pour communiquer avec les clients de telle façon qu'ils se montrent plus enclins à faire un achat.

Communication authentique
Face à l'étreinte d'Anne et de Joachim, on peut aussi se demander quelle est l'approche qu'un client considère comme appropriée. Joachim étreint Anne qui a baissé son regard. Perçoit-elle agréablement cette étreinte? Notons qu'une amabilité excessive peut être perçue comme importune, voire intrusive.

La légende d'Anne et de Joachim
Que dire de ce tableau de point de vue de l'histoire de l'art? Devant un arrière-plan doré avec motif de brocart, le peintre Konrad Witz a créé un environnement assez surprenant: enveloppé dans son généreux manteau rouge éclatant, Joachim étreint Anne, vêtue de vert. Les inscriptions des auréoles dorées indiquent de qui il s'agit: «sant anna» et «sant joahim» sont les parents de la Vierge Marie. Alors que Joachim pose ses bras autour d'Anne, cette dernière baisse le regard. Ses bras restent cachés sous son manteau vert.

La légende dit qu'Anne et Joachim sont restés sans enfant jusqu'à un âge avancé. Alors que Joachim, un homme riche et pieux, s'apprête à faire un don pour les pauvres au Temple, il s'en voit refuser l'accès par un prêtre: ce dernier interprète la stérilité de sa femme comme un signe de mécontentement du Seigneur. Joachim se retire dans le désert où un ange lui apparaît après 40 jours pour lui annoncer la naissance d'un enfant. Anne, elle aussi, s'entend prédire la naissance d'une fille. Le couple se retrouve devant la Porte dorée. Que ressentent et que pensent les deux lorsqu'ils se retrouvent?

Force d'innovation avec un environnement surprenant
Konrad Witz a très précisément articulé divers détails dans son tableau: le dispositif de fermeture en verre du manteau d'Anne, la boucle sur le soulier de Joachim, le bois veiné, les fins galets et leur ombre, la flaque qui suit le mur situé derrière Joachim où se reflètent les herbes ou encore les fissures dans le crépi de la porte. La poutre de la porte de ville semble avoir été ajoutée par la suite alors que la pointe de la pierre angulaire a fait éclater le socle. La poutre se dresse de manière dramatique hors du tableau. Dans la région du Haut-Rhin, cette manière de peindre très réaliste était alors inconnue. Les personnes qui ont admiré à l'époque l'art de Konrad Witz ont dû se sentir comme l'être humain du XX^{e} siècle qui a passé du Tetris unidimensionnel aux mondes des jeux virtuels.

L'entrepreneur Konrad Witz
Lorsque l'élite politique et ecclésiastique d'Europe s'est rassemblée à Bâle à l'occasion du Concile (1431–1449), le peintre Konrad Witz a su reconnaître les excellentes opportunités d'affaires qui se présentaient à lui. Originaire de Souabe, il s'est installé à Bâle qui comptait environ 8000 habitants à l'époque et a alors accueilli jusqu'à 400 personnes supplémentaires avec leur entourage lors du Concile (bien plus de 3000 personnes au début) – cardinaux, évêques et autres ecclésiastiques. Or, c'est dans le contexte du Concile que le tableau d'Anne et de Joachim a vu le jour.

Large assortiment
À Bâle, Konrad Witz a ouvert un atelier qui proposait de nombreux biens et services à différents groupes de

clients. Il réalisait des peintures murales pour des immeubles de la ville, produisait des retables pour le haut clergé, peignait des enluminures pour des livres, fournissait la noblesse de précieuses cartes de jeu, travaillait pour les églises et les couvents de la région et produisait de l'art et des objets utilitaires pour le marché libre. Konrad Witz peignait d'une façon que l'on ne connaissait pas jusqu'alors dans la région du Haut-Rhin. Ce fait a même impressionné le pape du Concile Felix V. (1383–1451) pour l'entourage duquel Konrad Witz a créé en 1444 le retable de la «Pêche miraculeuse» (Genève, Musée d'art et d'histoire).

Fidéliser les clients existants

De nombreuses entreprises se concentrent sur la recherche d'une nouvelle clientèle alors qu'elles négligent de fidéliser leurs clients existants. Des études ont montré qu'il est six à sept fois plus coûteux de trouver de nouveaux clients plutôt que de conserver les clients existants. En moyenne, les clients fidèles dépensent davantage et sont moins sensibles aux prix, raison pour laquelle la fidélisation de la clientèle devrait être une stratégie d'entreprise centrale.

Dans le milieu de la peinture de sa région d'activité, Konrad Witz a su faire apparaître une vivacité scintillante et a créé des effets de profondeur qui réunissaient les innovations optiques de l'ancienne peinture néerlandaise et la tradition picturale du Haut-Rhin. Comment parvenez-vous à enthousiasmer vos clients, tout comme Konrad Witz a su enthousiasmer son propre public avec son nouveau genre de peinture?

- Comment «étreignez-vous» vos clients?
- Comment saluez-vous ces derniers, tant en personne que sous forme numérique?
- Comment dépassez-vous les attentes de vos clients et comment gagnez-vous leur confiance?
- Quel moment fort allez-vous créer prochainement?

Si vous saluez vos clients (potentiels) avec un entretien qui fait l'effet d'une très agréable étreinte fervente, vous avez déjà franchi le premier pas en direction d'une fidélisation accrue de la clientèle.

Artgrade your business!

● *Votre Jana Lucas*

Une description détaillée du tableau de Konrad Witz «Anne et Joachim à la Porte dorée» de Konrad Witz se trouve dans le livre le plus récent de Jana Lucas: Kleine Basler Kunstgeschichte, Christoph Merian Verlag (Petite histoire de l'art bâloise; Éditions Christoph Merian).

Jana Lucas en ligne de mire

«Artgrade your business!», voilà comment Jana Lucas a choisi de terminer sa rubrique dans laquelle l'historienne de l'art nous dévoile dans quelle mesure les arts visuels peuvent également servir de ressources aux agents économiques. En effet, si l'on en croit la thèse avancée par Jana Lucas, les responsables de gestion d'entreprises peuvent également profiter des modes de travail artistiques. Ainsi, il ne serait possible de développer des innovations qu'en optant pour de nouveaux modes de réflexion et en adoptant de nouveaux points de vue. Dans ce contexte, les artistes jouent, d'une certaine façon, un rôle de modèles. La rubrique tire donc profit de l'art en tant que terrain d'entraînement pour actions managériales et offre de nombreux exemples pratiques qui permettent de réfléchir à des décisions fondamentales à partir de nouvelles perspectives, de remettre en question ses propres représentations, d'affiner ses objectifs et d'entreprendre les pas concrets qui mènent à une mise en œuvre ciblée de cette démarche.

Dans le cadre de son activité de consulting basée sur l'art et centrée sur le développement d'innovations et de stratégies, Jana Lucas allie ses nombreuses années d'expérience en marketing à des interrogations liées à des principes de conception artistiques sous le thème «Comment apprendre de l'art». Ce faisant, elle relie créativité, innovation et perception artistique de manière à démontrer l'importance que tous ces éléments revêtent pour les entreprises. Par ailleurs, Jana Lucas soumet des collections d'art d'entreprises ou privées à une analyse d'histoire de l'art et permet ainsi aux entreprises de bénéficier d'une véritable valeur ajoutée. En sa qualité d'auteure, elle a publié en 2021 l'ouvrage spécialisé *«Die geheimen Pionierinnen der Wirtschaft – Aussergewöhnliche Frauen, die unsere Wirtschaftswelt nachhaltig geprägt haben»* («Les pionnières secrètes de l'économie – des femmes exceptionnelles qui ont marqué durablement le monde économique») qui est d'ores et déjà un succès en librairie. Son dernier livre *«Kleine Basler Kunstgeschichte»* («Petite histoire de l'art bâloise») est paru en 2023.

janalucas.ch

Le jeu des Arts et Métiers en lieu et place de Monopoly

Qui n'a jamais rêvé de construire un empire de sociétés ou de biens immobiliers? Et peut-être aussi d'exaspérer l'un ou l'autre de ses concurrents? La société Rüegg Management GmbH vous permet de réaliser ce rêve, même si ce n'est que pour vous amuser. Ce jeu des Arts et Métiers, basé sur le Monopoly et les jeux d'échelles, peut s'adapter aux besoins les plus divers et convient idéalement en tant que cadeau publicitaire d'entreprise de PME à PME.

Tout a commencé pendant le confinement dû au coronavirus en 2020: Thomas Rüegg passait alors ses vacances avec ses deux enfants, âgés de 12 et 13 ans, dans un camping et essayait de susciter l'intérêt de ses deux adolescents, fortement dépendants du smartphone, aux avantages que peuvent offrir les jeux de plateau. À cet effet, il ne s'est pas contenté de présenter un jeu déjà existant, mais bien de proposer de créer personnellement un jeu passionnant pour deux à six joueurs. M. Rüegg avait en outre une petite arrière-pensée, car cela faisait déjà quelque temps qu'il réfléchissait à une idée d'affaires basée sur un jeu commercialisable pour PME. «Les deux enfants ont trouvé que l'idée était bonne et ont activement aidé à mettre au point la présentation du jeu jusqu'à ce que le nombre idéal de champs dédiés aux arts et métiers, aux actions et aux fonctions soit enfin atteint.»

Alors que dans le cas du Monopoly, les champs sont disposés le long des quatre côtés du plateau, la variante de M. Rüegg suit l'exemple des jeux d'échelles en plaçant également des champs au milieu du plateau. En lieu et place de routes et de places comme c'est le cas avec le Monopoly usuel, le jeu des Arts et Métiers permet d'acheter, de posséder ou de perdre à nouveau 27 champs d'entreprises locales ou régionales. 21 autres champs d'action et de fonction donnent au jeu un intérêt supplémentaire: sur ces champs, les joueurs sont récompensés ou doivent exécuter une action, par exemple abandonner leur meilleure carte à l'un des autres joueurs. Il est possible d'adapter les différents champs d'action en fonction d'une entreprise en particulier. L'objectif est de posséder un nombre aussi élevé de champs dédiés aux arts et métiers, d'entre-

Renato Vögeli (au milieu), de l'imprimerie Vögeli à Langnau im Emmental, est partenaire WIR et fabrique, sans plastique et dans le respect de la neutralité carbone, le jeu des Arts et Métiers de Thomas Rüegg (à g.) et de Ramona Heldstab (à dr.). *Photos: màd*

prises et d'argent tout en conservant sa solvabilité. Les règles aisément compréhensibles sont imprimées sur l'emballage du jeu, ce qui permet de garantir que tous les joueurs autour de la table soient prêts à jouer en quelques minutes. Depuis quatre ans, Ramona Heldstab, la partenaire de M. Rüegg, participe également à l'aventure, conçoit des jeux et s'occupe de tout le travail administratif.

Fabrication dans l'Emmental

La recherche du fabricant idéal aura été l'un des grands défis que Thomas Rüegg a dû relever. «J'ai contacté plus de 30 entreprises dans l'ensemble de l'Europe, mais aucune d'entre elles n'a été en mesure de me fournir la qualité demandée. Celles qui le pouvaient ne voulaient toutefois pas concurrencer leurs propres produits.» Au bout du compte, il n'a pas eu d'autre choix que de passer commande en Extrême-Orient «mais la communication était difficile et les distances de transport longues et ardues». Depuis fin 2024, ce jeu de plateau est fabriqué en Suisse, plus précisément dans l'Emmental. «Pendant la réalisation du jeu ‹Langnau im Emmental›, Renato Vögeli, de l'imprimerie Vögeli AG à Langnau, nous a contactés pour nous proposer de fabriquer le jeu à l'avenir.» Grâce à ce coup de chance, il est désormais possible de fabriquer ces jeux entièrement sans plastique, dans le respect de la neutralité carbone et avec des matières premières renouvelables (WIRmarket.ch > Vögeli Langnau).

Les jeux de plateau – une valeur sûre

Les jeux de plateau ont une très longue tradition, mais sont encore très loin d'être démodés. Au contraire, ils occupent un créneau important de la vie sociale d'aujourd'hui, pourtant dominée par un grand nombre d'écrans et d'outils électroniques. Le charme d'un jeu de plateau réside dans le partage d'une expérience commune, les discussions (et parfois les disputes) menées à cette occasion, le suspense qui s'installe avant chaque lancer de dé et l'ambiance si agréable qu'il faut bien entendu d'abord veiller à favoriser – par exemple en préparant des friandises et des boissons pour les convives.

Les jeux de plateau permettent par ailleurs d'entraîner des compétences qui seront tout particulièrement utiles aux chefs d'entreprise: réflexion stratégique, planification, patience et concentration. L'apprentissage de règles entraîne la mémoire et peut être déterminant pour la victoire, dans le cas des jeux de plateau de Thomas Rüegg. Ainsi, le titulaire temporaire d'une carte libre bien particulière recevra de la banque l'ensemble des loyers dus, mais perdra cet avantage s'il oublie, dans la fureur des combats, d'exiger le paiement de ces montants.

● *Daniel Flury*

WIRmarket.ch > Rüegg Fischenthal

Offre promotionnelle pour partenaires WIR

Le jeu des «Arts et Métiers WIR» est en préparation. Jusqu'à fin mai, les partenaires WIR intéressés peuvent acquérir des plateaux et des cartes avec une part WIR de 100%.

La maison Rüegg Management GmbH est en mesure de réaliser, pour tout type d'entreprise ou d'association, une version personnalisée de ce jeu de plateau avec des champs individualisés. Il est également possible de régler une telle commande à 100% en WIR. Les personnes intéressées peuvent contacter l'entreprise sous verkauf@gewerbe-spiel.ch.

Le jeu des Arts et Métiers WIR

Le projet le plus récent de cette entreprise familiale innovatrice n'est autre que le «WIR'ler Gewerbe-Spiel» («Jeu des Arts et Métiers WIR») dont l'ensemble des champs sont occupés par des partenaires WIR. Les personnes s'intéressant à l'achat d'un tel jeu peuvent également contacter Thomas Rüegg sous verkauf@gewerbe-spiel.ch ou par téléphone au numéro 079 889 40 40. Sont disponibles des plateaux avec cartes à jouer imprimées par exemple avec des logos d'entreprise, des codes QR, des images, etc. dans cinq catégories de prix différentes entre 890 et 1390 CHF (100% WIR jusqu'à fin mai). Le client obtient ainsi simultanément 20 jeux, voire 30 jeux dans les deux catégories supérieures (1290 et 1390 CHW). Le tirage est d'au moins 700 jeux. Le montant de participation n'augmente pas si le tirage devait être plus élevé.

Une autre possibilité est de participer à un jeu des Arts et Métiers propre à une localité particulière. Il est possible de savoir pour quelles localités (ou régions) un jeu est en préparation en en faisant la demande au moyen des données de contact mentionnées ci-dessus. En fonction de la catégorie, les coûts pour un champ vont de 690 à 1190 CHF. L'acheteur reçoit en échange 10 à 20 jeux – qu'il peut par exemple distribuer à ses partenaires commerciaux – obtenant ainsi une présence durable sur un jeu très attrayant destiné à durer longtemps. Ces jeux sont également vendus par les shops en ligne de Manor et de Galaxus au prix de 29.90 CHF.

«Nous voulons offrir une évasion de la vie quotidienne»

Interview d'Helena Bigler, directrice Procap Voyages & Sport

Les personnes en situation de handicap ont, elles aussi, besoin de partir en voyage. Procap, la plus importante association œuvrant en faveur des personnes en situation de handicap en Suisse, permet à ces dernières de faire des vacances en Suisse et à l'étranger, individuellement ou en groupes. Interview d'Helena Bigler, responsable du ressort Procap Voyages & Sport.

Procap Voyages fête son 30e anniversaire – une bonne occasion à célébrer?
Helena Bigler: Absolument, ne serait-ce que pour le simple fait que nous existons encore. Si vous dirigez une agence de voyages, vous savez ce que cela signifie, à fortiori après la crise du coronavirus que nous avons, fort heureusement, réussi à surmonter.

Vous organisez des voyages individuels et en groupes pour des personnes en situation de handicap psychique et physique. Quelles sont les prestations qui sont le plus fréquemment demandées?
Les intérêts sont identiques à ceux de tous les autres voyageurs suisses; les vacances balnéaires suscitent toujours énormément d'enthousiasme. Pour nos voyages en groupes, les vacances de randonnée ou de détente et relaxation sont également très appréciées. Nous proposons également des voyages dans des villes ou des destinations plus lointaines.

Quelles sont les destinations les plus populaires?
La Suisse est sans doute la destination la plus importante, suivie par Majorque. Cette île est aisément accessible et avantageuse. C'est important parce que les voyages avec des personnes en situation de handicap sont déjà coûteux en tant que tels. Par ailleurs, l'accessibilité et la liberté de mouvement pour les personnes en fauteuil roulant sont déjà assurées en de nombreux endroits, tant à Majorque qu'à Ténériffe.

…ce qui permet également aux personnes à mobilité réduite de participer à ces voyages.
Il s'agit d'un critère important pour nous, surtout avec les voyages en groupes. Toutefois, cela réduit également le choix des possibilités de logement. En Suisse, il existe moins de dix hôtels parfaitement accessibles aux fau-

Un groupe Procap s'est déjà rendu en Grèce pour des vacances balnéaires et d'aventure.

Sur des îles telles que Majorque, Ténériffe ou Elbe (photo), l'accessibilité est souvent garantie. *Photos: màd*

teuils roulants qui répondent à nos exigences – et auprès desquels nos groupes sont également les bienvenus.

Il y a donc encore des hôtels qui pourraient héberger vos groupes de voyage mais ne le désirent pas?
C'est malheureusement le cas. Cela s'explique sans doute par des incertitudes ou des craintes que d'autres clients puissent se sentir dérangés. C'est particulièrement le cas si notre groupe comprend des personnes qui pourraient peut-être émettre des sons inhabituels. Je peux le comprendre.

Les activités sportives font également partie du programme de Procap.

Mais seulement dans une certaine mesure?
Soyons francs: quand a-t-on vraiment la garantie d'être au calme, de bénéficier de vacances sans aucune nuisance? Je viens de faire un voyage privé au Maroc où j'ai dû prier un groupe de jeunes gens de faire moins de bruit très tard le soir – tout simplement pour pouvoir dormir. D'autres personnes se sentent dérangés par les petits enfants.

Vous souhaiteriez donc bénéficier d'un peu plus de tolérance de la part des autres voyageurs…
Je suis parfois assez étonnée qu'il existe des gens qui parcourent le monde en restant extrêmement bornés. C'était par exemple le cas d'une participante à un voyage en car qui demandait de se faire rembourser par l'organisateur parce qu'elle considérait que la présence de notre groupe pendant le voyage la dérangeait. Or, ce sont précisément ces occasions de rencontre qui sont si importantes pour l'inclusion de personnes en situation de handicap.

À quel moment votre compréhension prend-elle fin?
Il y a deux ans, un groupe de touristes qui revenait d'Afrique du Sud s'est retrouvé largué à Munich en raison d'une tempête hivernale qui a causé un gros chaos dans le trafic aérien. Comme nous avons été les derniers à quitter notre avion, nous n'avions plus aucune chance de trouver une chambre d'hôtel et le groupe a dû passer la nuit à l'aéroport. Les personnes en chaises roulantes ont dormi sur la bande convoyeuse pour les bagages. On s'est débrouillé.

Voilà une histoire assez dure…
Le chaos était absolu, les hôtels affichaient complet, il a bien fallu s'accommoder de la situation. Par la suite, nous avons pu organiser nous-mêmes le retour en Suisse grâce à un cariste avec lequel nous collaborons depuis des années – heureusement, comme nous avons pu le constater! En effet, la situation aurait été différente si nous avions été déroutés sur Paris par exemple – un aéroport très compliqué.

Tout est donc bien qui finit bien?
Pas tout à fait. La compagnie aérienne nous a totalement ignorés par la suite quand il a été question de rembourser et de couvrir les frais subséquents. Nous avons même dû faire intervenir notre avocat.

Vous venez de nous expliquer que les voyages avec Procap – ou de manière plus générale pour les personnes en situation de handicap – sont chers. Pourquoi?
Cela est lié aux exigences d'accessibilité et aux coûts d'encadrement. Comme je l'ai dit, le choix de possibilités d'hébergement est limité, à quoi viennent s'ajouter les coûts liés aux transferts spéciaux, par exemple. Lorsque nous organisons des voyages en groupes avec guides, il faut également tenir compte des frais de voyage des accompagnants volontaires. Si la Suisse ne versait pas de subventions pour les vacances en Suisse, personne ne pourrait financer de telles vacances.

Néanmoins, la demande est énorme.
Nous ne pouvons même pas y répondre entièrement. De nombreux voyages qui figurent dans notre catalogue sont déjà complets et nous tenons des listes d'attente. Nous voudrions bien intégrer des voyages supplémentaires à notre assortiment, mais pour cela, il nous manque les ressources.

Que vous manque-t-il concrètement?
Nous n'avons pas assez de bénévoles pour accompagner nos voyages. Dans le cadre de nos voyages en groupes, nous travaillons avec un rapport d'un accompagnant pour 4 clients. En comparaison: pour des voyages en groupes usuels, ce rapport est plutôt de 1 pour 20.

À quelles exigences les bénévoles doivent-ils répondre?
En principe, nous ne cherchons pas des spécialistes, mais tout simplement des personnes ouvertes d'esprit, habituées à voyager et désireuses de faire quelque chose de bien. En plus d'un solide bon sens, il faut faire preuve de flexibilité et de créativité. Bien sûr, nous tentons d'expliquer préalablement tout ce qui est possible au sujet des clients et des destinations, mais les surprises ne sont jamais exclues.

Très rapidement, des inhibitions doivent sans doute apparaître. Est-ce également le cas de personnes qui se sentent pourtant plutôt concernées…
Notre expérience montre que de nombreux bénévoles manquent d'assurance au début. Toutefois, ils constatent très rapidement qu'il n'est pas si difficile de cohabiter avec nos clients. Au contraire, de tels voyages représentent aussi une expérience extrêmement enrichissante pour les bénévoles.

«Santé en mouvement» à Filzbach.

Les dons en WIR sont les bienvenus

Procap est la plus importante association représentant des personnes en situation de handicap de Suisse et compte environ 24 000 membres répartis dans environ 40 sections régionales et 30 groupes sportifs. Le ressort Ressort Procap Reisen, fondé en 1995, permet chaque année à environ 1200 personnes à mobilité réduite d'entreprendre des voyages et des vacances en Suisse et à l'étranger. Afin de répondre à la demande très élevée, Procap est tributaire de personnes bénévoles, engagées et motivées pour accompagner ces voyages.

Nouveauté dans le catalogue de voyages
Le catalogue de voyages Procap 2025 contient une nouveauté: une croisière qui commence en Suisse et accueille également des personnes en fauteuil roulant. Cette croisière, organisée par Thurgau Travel à bord du bateau MS Antonio Bellucci, part de Bâle pour parcourir les voies d'eau européennes. «Depuis des années, nous nous efforçons de rendre les croisières fluviales également accessibles aux personnes à mobilité réduite. En raison des déplacements relativement courts à assurer en train ou en voiture, il s'agit d'un type de voyage idéal pour les personnes à mobilité réduite», explique Helena Bigler, responsable de Procap Reisen.

Procap est partenaire WIR et accepte également très volontiers des dons en WIR.

WIRmarket.ch > Procap

Dans quelle mesure?
Je n'oublierai jamais le bonheur ressenti par un client qui s'est retrouvé pour la première fois de sa vie avec les pieds dans l'eau de la mer! Lors d'un tel voyage, on en apprend également beaucoup sur soi-même.

Qu'est-ce qui rend une destination intéressante pour Procap?
Nous prenons en compte l'ensemble de la chaîne de services. Cela commence lors du transfert depuis et vers l'aéroport: y a-t-il des bus équipés pour le transport de fauteuils roulants ou devons-nous louer un véhicule supplémentaire? Notre groupe se sent-il bienvenu ou juste toléré à l'hôtel? L'environnement est, lui aussi, important. À quoi nous sert un hôtel équipé pour accueillir les fauteuils roulants s'il est situé au sommet d'une colline et que nos clients en situation de handicap physique ne peuvent même pas faire le tour du bâtiment?

La seule accessibilité n'est donc pas suffisante…
Les personnes en situation de handicap sont habituées au fait de ne souvent pas avoir de choix. Cependant, elles désirent néanmoins passer des vacances dans des endroits attrayants où l'on peut vivre et découvrir quelque chose. Une personne qui vit dans une institution se meut justement le plus souvent dans un très petit rayon de vie, avec un environnement restreint. Il est donc d'autant plus important qu'elle ait également la possibilité de s'échapper de sa vie quotidienne pour découvrir de nouvelles régions et de nouvelles personnes.

En votre qualité d'agents touristiques, dans quelle mesure pouvez-vous soutenir les personnes à mobilité réduite?
Il nous arrive très régulièrement d'entendre que ceci ou cela n'est pas possible pour des raisons tenant à la couverture d'assurance. À mon sens, il s'agit souvent d'une excuse. Certaines choses seraient tout à fait possibles si on le voulait! Ainsi, les sociétés aéronautiques transportent sans problème des équipements de golf – mais lorsqu'il s'agit des aides nécessaires aux personnes en situation de handicap, elles en font une véritable affaire d'État. Il faudra de toute façon que l'industrie touristique s'adapte aux voyageurs à mobilité réduite, car leur nombre risque d'augmenter fortement en raison du vieillissement général de la population.

Vous avez déjà mentionné Majorque. Y a-t-il d'autres destinations dont les infrastructures ont fait leurs preuves?
Longtemps, les pays du Nord de l'Europe étaient considérés comme exemplaires, mais désormais, les pays du Sud ont rattrapé leur retard: le Portugal et plus particulièrement l'Espagne par exemple, ou encore la Grèce. Sur l'île de Crète par exemple, il y a de nombreuses plages équipées de rampes qui mènent à la mer. Malheureusement, il y manque encore des hôtels dans les alentours immédiats.

Et qu'en est-il en Suisse?
Nous connaissons les hôtels qui conviennent à nos voyages en groupes, mais leur nombre est réduit. Ce que je continue à trouver difficile: la situation avec les trains. Il y a un grand nombre de gares et de wagons qui ne sont pas encore accessibles aux fauteuils roulants. À cela vient s'ajouter le fait qu'une personne en fauteuil roulant doit informer les CFF une heure à l'avance de sa venue et des correspondances prévues.

● *Interview: Anita Suter*

144 pages de «Faszination WIR»

90 ans ont passé depuis la fondation de la Banque WIR soc. coopérative. Le livre «Faszination WIR – Resistent gegen Krisen, Spekulationen und Profitgier» (Fascination WIR – résistante aux crises, à la spéculation et à la course au profit), disponible en allemand, éclaire les aspects d'une histoire d'entreprise passionnante qui commence lors du krach boursier de 1929 et présente les opportunités d'avenir que réserve la monnaie complémentaire WIR. Ce livre est en vente dans les librairies mais peut aussi s'acheter auprès de la Banque WIR à un prix préférentiel.

Le système de paiements WIR de la Banque WIR soutient l'économie nationale suisse et constitue un cas particulier dans le monde entier quant à sa taille et sa durabilité: ce qui a commencé en 1934 comme réseau de 300 entreprises fédère aujourd'hui 25 000 PME qui réalisent entre elles un chiffre d'affaires additionnel de plusieurs centaines de millions de francs chaque année. Dans son livre intitulé «Faszination WIR», Hervé Dubois explique comment ce succès a été possible, quels ont été les obstacles qu'il aura fallu surmonter et ce qui constituera, à l'avenir également, l'utilité économique d'une monnaie complémentaire dans une économie qui se distingue par la recherche de croissance et la course au profit.

Hervé Dubois est né à La Chaux-de-Fonds et a passé son enfance à Zurich. Après sa maturité, il a fait des études d'économie et de journalisme à la Haute école de Saint-Gall. Pendant 20 ans, Hervé Dubois a travaillé dans la région de Bâle en tant que rédacteur auprès de divers quotidiens et auprès de l'Agence Télégraphique Suisse ainsi qu'en tant que journaliste de radio. En 1995, il s'est engagé auprès de la Banque WIR soc. coopérative où il a travaillé en tant que responsable de la communication jusqu'à son départ à la retraite en 2014. Aujourd'hui, Hervé Dubois vit en Valais.

Faszination WIR – Resistent gegen Krisen, Spekulationen und Profitgier. 144 pages, hardcover, structure en lin avec imprégnation

Le livre est en vente auprès de toutes les librairies (ISBN 978-3-03781-075-0) au prix de 34 CHF (prix indicatif). Il est également possible de commander le livre – jusqu'à épuisement du stock – par le biais de la Banque WIR au prix préférentiel de 20 CHF ou 20 CHW, à savoir
– par courrier au moyen du talon ci-dessous*
– par courriel (voir talon)*
– auprès des succursales et agences de la Banque WIR

* Les frais de port ne sont pas facturés

✂ .....

TALON

Veuillez me faire parvenir ..... exemplaire(s) du livre «Faszination WIR» au prix de 20.–/exemplaire à l'adresse suivante:

Entreprise: .....

Prénom/nom: .....

Rue: .....

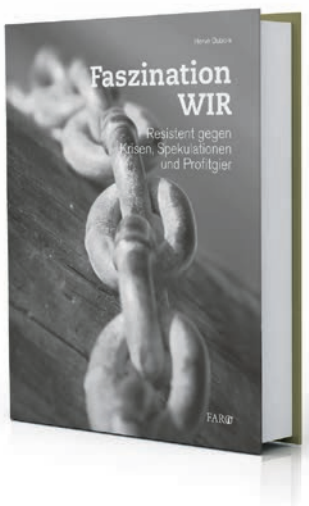
NPA/lieu: .....

Signature: .....

☐ Je paie en WIR. Veuillez débiter mon compte WIR n° .....

☐ Je paie en CHF. Veuillez débiter mon
compte courant n° ..... compte d'épargne n° .....

☐ Je paie en CHF après réception de la facture (livraison après réception du paiement).



Renvoyer le présent talon à la **Banque WIR, Marketing, Auberg 1, 4002 Bâle.** Ou commandez le livre par courriel à l'adresse: faszination@wir.ch (veuillez indiquer le nombre de livres souhaité, votre adresse ainsi que le mode de paiement souhaité avec numéro de compte).

L'esprit d'entreprise et les pauses

«Pour obtenir un résultat, il faut s'engager à fond et brûler pour la cause» – on peut aussi exagérer.

Photo: Getty Images

Les pauses. Tout le monde en parle, mais franchement, je les ai longtemps considérées comme faisant partie d'une conspiration ourdie par les paresseux. En effet, «pour obtenir un résultat, il faut s'engager à fond et brûler pour la cause»: travailler sans cesse, ne pas perdre le cap, «faire le poing dans la poche» – c'est ce que je pensais. Un jour, j'ai toutefois constaté que mon cerveau ressemblait à un ordinateur portable surchauffé auquel il manquait un ventilateur.

Dans le monde de l'entreprise, on glorifie la «tête 24/7». «Le sommeil? Totalement surfait» ou «Ce sont les perdants qui font des pauses» – de telles devises semblaient constituer la recette du succès. Et moi? Bien évidemment, je voulais également participer au jeu. Je me suis donc catapulté en mode travail à tel point que cela aurait pu rendre une machine à café verte de jalousie. Devine: un jour, je me suis retrouvé entièrement vidé, brûlé de l'intérieur, avec un regard qui disait: comment je m'appelle, déjà?

L'illusion de la productivité permanente

Je vous le promets, je l'ai vraiment essayé, le fait de travailler jusqu'à la limite maximale, juste pour ensuite devoir constater: être productif ne signifie pas faire quelque chose en permanence, mais plutôt faire ce qu'il faut, au bon moment, de préférence avec un cerveau éveillé. Mon cerveau a besoin de pauses pour ne pas se transformer en zombie. À défaut de telles pauses, il ne conçoit plus de solutions créatives, mais se contente de me livrer quelques idées tièdes. En lieu et place de brillantes stratégies, il n'y a plus que des mémos sans profondeur qui s'empilent sur le bureau.

Des gens beaucoup plus malins que moi ont donc véritablement constaté que notre appareil de réflexion ne peut assurer que des phases de concentration limitées. Après ces quelques moments de haut vol, il amorce une descente vertigineuse.

Ce sont les scientifiques en médecine du travail qui nous donnent ce conseil: faites une pause avant que votre concentration ne baisse! Pour la plupart d'entre nous, cela signifie que cette fameuse pause est nécessaire bien avant que nous le pensions. En effet, de nombreuses personnes ne comprennent qu'elles sont fatiguées que lorsque la fatigue est devenue insupportable. Le plus souvent, elles font leur pause trop tardivement. Or, la fatigue s'accroît d'autant plus rapidement que l'on continue à travailler dans cet état. Il n'y a que le repos qui puisse changer cela. Notre efficacité varie avec un rythme d'environ 90 minutes. Après 70 à 80 minutes de travail concentré, au plus tard, le corps mute automatiquement en mode repos pour environ 20 minutes. Durant cette période, nous sommes moins attentifs et moins concentrés. C'est au plus tard à ce moment-là

qu'il convient de faire une pause. De nombreuses études prouvent qu'une brève pause fait particulièrement du bien après une heure de travail environ.
Mais que fait donc notre cerveau si brillant pendant cette pause? Il fait de l'ordre! Il trie les pensées! Il associe les idées! Par conséquent: les têtes intelligentes acceptent de presser la touche reset – pause! – avant que leur génie ne se transforme en bouillie.

Les pauses sont une arme secrète
J'ai appris que la pause n'est pas mon ennemi. Non, elle constitue mon partenaire d'affaires secret! Cela ne signifie pas que je me couche sur le divan sans rien faire (même si cela peut effectivement être également efficace). Une véritable pause ressemble à un moment de très haute qualité passé avec mon cerveau: une promenade, un peu de mouvement, voire un entretien avec quelqu'un qui ne se contente pas de parler de listes de choses à faire.
L'effet? Après une telle pause, je conçois soudain des solutions qui se cachaient précédemment derrière un épais voile de brouillard. Les idées surgissent, les problèmes trouvent des solutions et l'esprit d'entreprise interne respire plus librement. Les têtes intelligentes, donc, s'offrent ces pauses – non pas en pensant qu'il s'agit d'une perte de temps, mais pour avoir de meilleures cartes en main.

Le piège de la disponibilité permanente
Quoi qu'il en soit, les anciens schémas de réflexion restent profondément ancrés. Le monde dans lequel nous vivons exige que nous soyons disponibles en permanence pour des réunions, la lecture de courriels et les «news» – il y a toujours quelque chose à faire. J'ai connu des phases durant lesquelles mon smartphone était mon principal ennemi. À peine faisais-je une pause que l'appareil se mettait à vibrer en me disant: «le travail t'attend – grosse flemme!» Et moi? Bien évidemment, je suis tombé dans le piège.
Maintenant toutefois, je le sais: à exploiter en permanence son énergie, on n'a finalement plus rien à donner. Les pauses sont comme de la benzine – sans elles, la carrière s'arrête un beau jour. Par ailleurs, dites-le-moi franchement: aucun chef d'entreprise prospère ne veut terminer son existence comme épave humaine qui fixe son écran, le regard vide.

Faire une pause, c'est recharger les batteries!
Par conséquent, chères et chers collègues actifs dans la jungle des affaires: considérons les pauses comme ce qu'elles sont en réalité – un investissement en faveur de notre prospérité! Les femmes et hommes d'affaires les plus prospères se prennent très consciemment le temps de réfléchir au lieu de se ruiner la santé en tournant comme des hélices. Bill Gates a ses «Think Weeks», Steve Jobs faisait des promenades, un de mes amis s'achète une carte journalière CFF et entreprend des virées en train sans but précis – et moi? J'ai dû apprendre que mon entreprise profite également lorsque je ne fais pas mon bourreau du travail déjanté.

Faire une pause, c'est recharger les batteries! Un cerveau reposé est plus rapide, plus créatif et simplement… disons, en meilleure forme. Payez-vous donc le luxe de la phase stratégique de non-activité! Le véritable esprit d'entreprise le sait bien: le succès ne s'obtient pas lorsque l'on se soumet à un stress permanent, mais bien lorsque l'on engage judicieusement son énergie disponible. Or, cela comporte également l'option suivante: mettre les pieds en éventail – uniquement au plan stratégique, bien entendu. En effet, comme le disaient déjà les Romains:

Ce qui ne fait pas de pause ne durera pas.
Ovide (43 av. J.-C. - 17 ap. J.-C.)

On se revoit après la pause,
● *Votre esprit d'entreprise*

L'esprit d'entreprise en ligne de mire

L'esprit d'entreprise est une rubrique de Karl Zimmermann qui vous présente de manière amusante et néanmoins très claire comment «fonctionne» l'esprit d'entreprise – et pourquoi ses actes ne connaissent apparemment aucune limite.

Karl Zimmermann, l'auteur de la présente rubrique, a débuté sa carrière professionnelle en 1974 par un apprentissage de serrurier en constructions métalliques. Après de nombreux cours de formation continue, il est devenu en 1983 partenaire de la société Karl Zimmermann Metallbau AG qu'il a ensuite revendue en 2012. En 2006, il a fondé avec Hans et Andreas Weber la société KMU-Nachfolgezentrum AG («Centre de transmission de PME SA») et il y travaille depuis en tant que membre du conseil d'administration et en tant que coach pour les situations de transmission d'entreprises. La principale activité de cette société est de trouver des solutions de reprise pour les petites et moyennes entreprises. Outre les conseils directs, le Centre de transmission de PME s'engage également en public afin de sensibiliser la société au thème de la transmission d'entreprises.
En plus des innombrables mandats et sociétés dont il est membre, Karl Zimmermann a reçu en 1998 le «prix bavarois pour performances techniques hors du commun pour les arts et métiers» et en 2006 l'Ours des arts et métiers («Gewerbebär») de la ville des PME qui n'est autre que la ville de Berne.

www.kmu-nachfolgezentrum.ch
ou www.wirmarket.ch > Nachfolgezentrum

La Gen Z au travail

«La génération Z veut plus qu'un salaire. Ils veulent avoir un impact.» *Photo: Getty Images*

Professionnels de la génération Z, vous avez un regard neuf, des compétences numériques et un sens aigu de ce qui est important. Pourtant, il existe des défis spécifiques à votre génération. **Mathilde Guitard**, consultante senior chez le spécialiste suisse du recrutement Robert Walters, dresse la liste des plus grands défis auxquels la génération Z est confrontée sur le lieu de travail et explique comment les relever avec succès.

Recherche de résultats rapides

Grandir dans un monde de production instantanée – pensez aux likes, aux chats, au streaming et à la livraison le jour même – a créé l'attente que tout aille vite. Or, sur le lieu de travail, ce n'est souvent pas le cas. Construire une carrière et développer des compétences demande du temps, de la patience et de la persévérance.

Mathilde Guitard: «Pour y remédier, concentrez-vous sur les petites réussites plutôt que sur les objectifs finaux. Célébrez les étapes franchies et discutez avec votre supérieur de la manière de progresser vers vos ambitions. Le fait d'avoir une trajectoire de croissance claire vous motive et vous donne le sentiment de contrôler la situation.»

Une forte dépendance à la technologie

«En tant que natif du numérique, il est naturel d'utiliser la technologie dans tous les domaines, de la communication aux processus de travail. Mais cela peut créer une dépendance qui laisse parfois une mauvaise impression. Par exemple, le fait de consulter constamment votre téléphone pendant les réunions peut donner l'impression que vous n'êtes pas engagé, alors que votre intention est en réalité positive.

Vous pouvez éviter cela en rangeant délibérément votre téléphone pendant les moments importants. Montrez votre engagement en écoutant activement et en contribuant. Utilisez la technologie comme un outil pour travailler plus efficacement, mais ne laissez pas le contact humain se perdre. Les compétences en matière de communication hors ligne sont essentielles pour nouer des relations sur le lieu de travail», explique Mathilde Guitard.

Santé mentale et équilibre de la charge de travail

«L'accent mis par la génération Z sur la santé mentale est un grand progrès, mais il peut être difficile de trouver un équilibre avec les attentes élevées que l'on a envers soi-même. Le besoin d'être toujours disponible et de fournir un travail parfait peut être une source de stress et même conduire à l'épuisement professionnel», prévient M^{me} Guitard.

«Il est essentiel de fixer des limites claires à cet égard. Communiquez quand vous n'êtes pas en ligne et prenez le temps de vous détendre après les heures de travail. Les employeurs comprennent de plus en plus l'importance d'un bon équilibre, alors ne craignez pas de parler des défis. Non seulement cela vous aidera, mais cela contribuera également à créer un environnement de travail plus sain pour tout le monde.»

Une adaptation à la hiérarchie traditionnelle

La génération Z préfère travailler dans un environnement où l'égalité et l'ouverture sont essentielles. Une étude récente de Robert Walters montre qu'un membre de la génération Z sur trois préfère une structure basée sur le travail en équipe. «Sur le lieu de travail, il est important de nouer des liens avec des personnes ayant des rôles différents, y compris les managers», conseille Mathilde Guitard. «Soyez proactif dans le partage d'idées et respectez la structure existante, tout en montrant que votre voix apporte une valeur ajoutée. Cela crée un espace de collaboration et de confiance, indépendamment de la hiérarchie.»

Un besoin de sens au travail

La génération Z veut plus qu'un salaire. Ils veulent avoir un impact, contribuer à une image plus large et faire un travail qui a du sens. Si cela fait défaut, la motivation peut rapidement s'effriter.

Mathilde Guitard: «Trouvez des moyens de relier votre rôle à la situation dans son ensemble. Comprenez comment votre travail contribue aux objectifs de l'organisation et reliez-le à vos valeurs personnelles, telles que la durabilité ou l'intégration sociale. Cela vous aidera à vous épanouir, même dans les tâches quotidiennes.

La génération Z a énormément à offrir sur le lieu de travail. En relevant consciemment les défis, vous pouvez non seulement éviter ces pièges, mais aussi montrer pourquoi votre génération est un atout précieux pour toute organisation. Travaillez intelligemment, continuez à apprendre et, surtout, soyez authentique – c'est ainsi que vous ferez la différence!»

● *Robert Walters Suisse*

Il n'y a peut-être pas que les cinéphiles avertis qui montrent de l'intérêt à visiter les lieux de tournage de leurs films favoris. La branche touristique suisse constate enfin que cette volonté de se retrouver précisément là où se trouvait le héros d'un film comporte également un sacré potentiel commercial.

Cependant, il n'est pas toujours possible de trouver le véritable lieu présumé de l'action. Lorsque James Bond entre dans une banque suisse à Venise, le nom de cette dernière est aussi fictif que les coulisses dressées très temporairement. Lorsque Jason Bourne joue le rôle d'un espion à Zurich, c'est en fait à Prague que les scènes correspondantes ont été tournées. L'article ci-dessous décrit des «Movie Locations» iconiques qui existent non seulement au cinéma, mais également encore dans la bonne vieille réalité suisse.

Soleure

En 1978, la Suisse devenait au cinéma la plaque tournante de l'espionnage international – ni pour la première et ni pour la dernière fois. Le film politique «Brass Target» se distinguait non seulement par la belle Sophia Loren, mais aussi par de beaux emplacements situés en Suisse. Les tournages ont ainsi eu lieu sur le bateau à vapeur avec roues à aubes «Schiller» qui naviguait sur le lac des Quatre-Cantons, dans la vieille ville de Berne et sur les pistes de ski de Wengen. Le véritable moment fort du film se jouait toutefois sur le clocher de la cathédrale Saint-Ours de Soleure dont l'histoire remonte au IXe siècle. Lorsque l'on visite ce lieu de culte constitué de marbre clair soleurois, on ne pense guère y trouver un meurtrier dans un confessionnal. Or, c'est précisément ce que prévoyait le scénario: le héros du film, John Cassavetes (bien connu grâce à un autre film qui n'aura pas beaucoup plu à l'Église: «Rosmarys Baby») poursuit l'auteur de l'attentat jusque dans le clocher de 66 mètres de haut d'où il fait une chute mortelle.

Le poster du film «Brass Target».

Si une scène aussi violente a pu être tournée dans l'un des plus importants bâtiments suisses du classique précoce, c'était grâce aux relations de Stefan Zürcher. Ce natif de l'Oberland bernois travaillait régulièrement au service du cinéma international en tant que «Location Manager» et agent de liaison avec les autorités suisses. M. Zürcher a demandé à l'évêque Anton Hänggi de l'évêché de Bâle les autorisations nécessaires et aura obtenu par écrit les confirmations correspondantes: «Nous autorisons la société cinématographique à mettre en scène une fusillade dans la cathédrale.» Auparavant, l'évêque a cependant demandé à voir comment l'on tirait sur des statues de saints en papier mâché et des bancs d'église spécialement préparés à cet effet sans pour autant endommager les célèbres stucs de Francesco Pozzi. L'Église a donc finalement également autorisé le face-à-face final dans le campanile de la cathédrale dont les cloches ont entonné une morbide mélodie de la mort – jusqu'à ce que le cri d'épouvante de Sophia Loren ne dépasse en intensité le son des cloches. La tour de la cathédrale Saint-Ours se visite d'avril à octobre.

Générique:

Brienz

«Bienvenue au Grandhotel Giessbach. Un hôtel chargé d'histoire» – voilà ce que l'on peut lire sur le site Web de l'établissement. L'endroit où le Giessbach plonge sur 500 mètres vers le bas combine avantageusement histoire de l'hôtellerie et histoire du cinéma. Aujourd'hui, il est difficilement concevable que ce splendide bâtiment, classé monument historique, ait dû être sauvé à plusieurs reprises de la démolition par le passé. Après la Seconde Guerre mondiale, cet hôtel inhabité aurait dû faire place à une centrale – ce n'est qu'au tout dernier moment qu'il aura trouvé un repreneur qui lui a permis de rouvrir ses portes en 1949. Après de nombreuses années de déclin, ces mêmes portes se sont fermées une dernière fois en 1979. Un hôtel vide représente une vision d'horreur pour tout hôtelier qui se respecte, mais une merveilleuse occasion pour les «Location Scouts» de l'industrie cinématographique. C'est ainsi qu'il a été possible d'utiliser le Grand Hôtel sans restrictions pour la série policière «Agent et traître» dans laquelle Alec Guinness jouait l'un de ses rôles favoris, celui de l'espion George Smiley (avec Curd Jürgens qui connaissait bien cet hôtel suisse). Après cette brève visite des cinématographes britanniques, des protecteurs de l'environnement ont réussi à créer une fondation qui a acquis la propriété et l'a peu à peu restaurée. Un nouveau tournage a eu lieu juste après la réouverture: le futur lauréat d'un Oscar, Christoph Waltz, s'est retrouvé dans l'environnement pittoresque du Grand Hôtel dans le film «Quicker than the Eye» (Passe-passe). Notons que l'hôtel est accessible grâce au plus ancien funiculaire d'Europe.

Sophia Loren dans le campanile

Avec la bénédiction épiscopale, la tour et les cloches de la cathédrale de Soleure ont constitué les coulisses d'une fusillade en 1978.

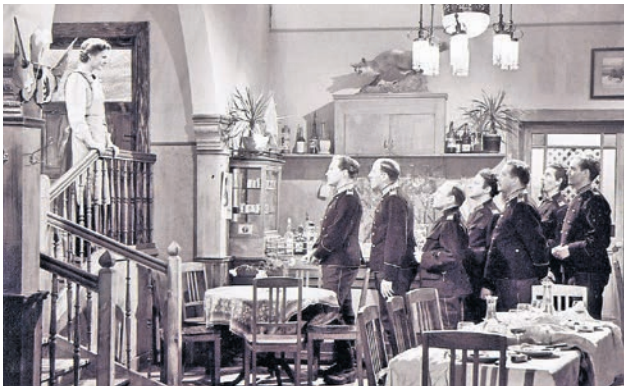
Photo: Getty Images

L'hôtel jouera également un autre rôle important en 2000 dans la monumentale série de guerre de Steven Spielberg «Band of Brothers». Des millions de téléspectateurs du monde entier ont vu l'armée US réquisitionner l'immeuble en tant que quartier général. D'autres scènes ont été tournées sur l'ancien aéroport militaire près d'Interlaken et dans le village d'Unterseen.
Pour ses apparitions au cinéma, le «Giessbach» s'est sans problème adapté aux époques auxquelles jouaient les diverses intrigues: il semble convenir à toutes les périodes historiques. Si le film «Band of Brothers» se déroulait en 1944, le film suivant avait lieu dans les années 1950. En 2017, «Phantom Thread» (Le fil de soie) aura constitué provisoirement le point culminant de la carrière cinématographique de cet hôtel sur les rives du lac de Brienz. L'exceptionnel acteur Daniel Day-Lewis y joue l'un des derniers rôles qu'il aura incarné avant de prendre sa retraite. Quant au «Giessbach», considéré désormais comme faisant partie du patrimoine culturel d'importance nationale, il y a peu de risques qu'il prenne, lui aussi, bientôt sa retraite.

Le Grand Hôtel Giessbach… *Photo: giessbach.ch/media*

… aura fourni le décor de plusieurs films connus, dont «Phantom Thread» avec Daniel Day-Lewis et Vicky Krieps.

Courgenay



Dans le film, l'Hôtel de la Gare de Courgenay (aujourd'hui «Gilberte de Courgenay») ne se voyait que depuis l'extérieur. Les prises de vue intérieures ont été faites dans un studio à Zurich.

Le «Gilberte de Courgenay», dans le canton du Jura, est un autre hôtel historique qui a manqué de très peu de devenir un simple souvenir cinématographique. C'est ici que les soldats mobilisés durant la Première Guerre mondiale ont voué un culte fervent à celle qui a donné son nom à la chanson de soldats de 1917: la «petite Gilberte». La fille d'aubergiste est ensuite devenue immortelle grâce au film éponyme de 1941 qui a transformé cette figure de proue du patriotisme de la Première en icône de la volonté de défense au cours de la Seconde Guerre mondiale. Par ailleurs, ce rôle a également fait d'Anne-Marie Blanc une légende du cinéma helvétique. Le tournage a eu lieu à l'Hôtel de la Gare, comme on l'appelait alors, directement à côté de la gare de Courgenay.
Compte tenu de son importance historique, il est surprenant de constater à quelle fréquence cet établissement porteur d'identité a déjà failli devoir fermer ses portes. À chaque fois que son avenir semblait menacé, on faisait appel à Anne-Marie Blanc, déjà considérée comme la protectrice spirituelle de l'hôtel. D'anciens propriétaires ont laissé le bâtiment se détériorer, il est même resté vide pendant de nombreuses années et a fini comme gage entre les mains de créanciers. Lorsque la fondation chargée de l'acquisition de la propriété s'est retrouvée en difficulté, la faillite a été prononcée en 2015. Par hasard, des investisseurs privés ont entendu parler de la vente forcée et ont déboursé 930 000 francs pour racheter le bâtiment. Depuis, les exploitants ont déployé beaucoup d'efforts pour restaurer l'intérieur dans son état d'origine, permettant ainsi aux visiteurs de faire un véritable voyage dans le temps – afin de retrouver Gilberte ou Anne-Marie Blanc.
Il semble que le village jurassien n'ait pris conscience qu'après coup de l'importance de cet endroit. Même le nom de la rue a ainsi été modifié et l'auberge se trouve désormais à la rue de la Petite-Gilberte. On reconnaît désormais les visiteurs en quête de traces laissées par Anne-

Anuk Steffen et Bruno Ganz lors du tournage de «Heidi» à Latsch. *Photos: màd*

Marie Blanc à leur regards curieux: pourquoi la salle à manger où les acteurs stars de l'époque, Zarli Carigiet et Heinrich Gretler, dégustaient leur saucisse et leur tranche de pain paraît-elle si différente? Cela s'explique par le fait que la salle à manger avait été recréée pour le film dans l'atelier zurichois «Rosenhof» – l'hôtel de Gilberte n'a été filmé que de l'extérieur.

Coire

Si le lieu d'action de la petite Gilberte évoque des sentiments cinématographiques nobles et romantiques, une adresse à Coire réveille plutôt de mauvais souvenirs: dans l'adaptation cinématographique du roman de Dürrenmatt *Es geschah am hellichten Tag* (Cela s'est passé en plein jour), la villa Art nouveau qui se trouve à l'Obere Plessurstrasse est en effet la maison d'un meurtrier d'enfants. C'est dans ce bâtiment caractéristique avec sa petite tour et son encorbellement que réside le vilain personnage interprété par Gert Fröbe qui attirait les enfants avec des bonbons. Ce film aura certainement effrayé tous ceux parmi nous qui l'on vu en étant enfants. La villa Zum Unteren Brunnengarten, construite en 1830, constituait un excellent choix. La partie très distinctive de l'entrée est aujourd'hui classée monument historique. Le personnage incarné par Gerd Fröbe est poursuivi par l'enquêteur Heinz Rühmann, qui, déguisé en pompiste, parvient finalement à piéger le tueur. À cet effet, la coproduction suisse allemande et espagnole a transformé une ferme située à la Deutsche Strasse 10 à Trimmis, près de Coire, en station-service en y ajoutant une pompe à essence et un auvent. Si vous ne pouvez bien entendu toujours pas y faire le plein d'essence, sachez que le magasin de la ferme vend un délicieux sirop!

Latsch

Si la chasse aux lieux de tournage cinématographiques nous mène aux Grisons, poursuivons-la dans la vallée de l'Albula: l'authentique village de Latsch y permet de jeter un œil au passé. C'est aussi ce que se sont dit en 1952 les cinématographes suisses qui y ont réalisé le grand film «Heidi» classique. Les auteurs qui ont réalisé la suite de cette œuvre cinématographique en 1954 le savaient également (il s'agissait par ailleurs du tout premier long métrage suisse en couleurs) et trente ans plus tard, même le réalisateur de Hollywood Fred Zinnemann a considéré que ce village en terrasses convenait de manière idéale au tournage de son drame d'alpinistes «Five Days One Summer» (Cinq jours, un été). Sur les pas de Peter, le petit chevrier, c'est nul autre que Sean Connery qui y agit de manière très mélodramatique dans le faux cimetière installé au bord du village et fait régner l'inquiétude sur le terrain de golf tout proche de Samedan. Trente années plus tard, en 2015, le petit village aura à nouveau fourni le décor pour la saga «Heidi»: dans cette dernière adaptation cinématographique de l'histoire de Heidi, c'est Bruno Ganz qui joue le rôle du grand-père et Anuk Steffen, celui de Heidi. Depuis le tournage du premier film de Heidi, un sentier de randonnée mène de Stuls au hameau de mazots Falein où la cabane de Heidi constitue un motif à photographier emblématique. Les panneaux thématiques passablement usés du sentier correspondant qui parcourt une distance de 8,8 km et comporte des images du film d'origine, ont récemment été remplacés – et l'ancien grand-père de l'alpage, le très populaire acteur Heinrich Gretler de l'époque, a été remplacé par Bruno Ganz. Même l'histoire du cinéma va avec son temps!

● *Roland Schäfli**

**Roland Schäfli est l'auteur du guide de voyage «Location Tour – die schönsten Drehorte Europas» (Location Tour – les plus beaux endroits de tournage d'Europe) et de la biographie cinématographique «Im Geheimdienst von James Bond» (Au service secret de James Bond).*

500 CHW en cadeau!

Votre crédit pour annonces et publicité

Faites bouger votre chiffre d'affaires WIR et faites-vous connaître sur WIRmarket et dans WIRinfo! Nous vous facilitons les premiers pas: le paquet PME de la Banque WIR comprend un crédit publicitaire de 500 CHW. Le grand avantage: ce cadeau se renouvelle automatiquement chaque année. En outre, les «toplistings» sur WIRmarket sont payables à 100% WIR et les annonces sur WIRmarket sont même gratuites.

Il n'y a guère une PME qui peut se passer de publicité et d'annonces. Il ne s'agit pas seulement de lancer et d'entretenir une image ou une marque: la publicité doit surtout aider à vendre. Dans le secteur WIR, il est judicieux d'être présent sur wirmarket.ch et dans WIRinfo dont la partie réservée aux annonces est également accessible sous forme numérique (wir.ch/wirinfo-fr). Dans les deux médias, la perte par dispersion est très faible puisque l'ensemble du public cible dispose de monnaie WIR qu'il désire dépenser. Dès début janvier, chaque client WIR dispose automatiquement d'un crédit de 500 CHW qu'il peut utiliser jusqu'en décembre de l'année en question. Si ce crédit n'est pas utilisé, il échoit avant d'être renouvelé l'année d'après.

Où puis-je trouver ce crédit et le solde actuel?
Pour chaque client WIR, le crédit se fait dans le système d'annonces de la Banque WIR étant donné qu'il ne peut être utilisé que pour de la publicité et la publication d'annonces. Il devient visible pour le client lorsque ce dernier reçoit un avis de débit correspondant après la publication d'une annonce ou la diffusion de publicité. Cet avis de débit mentionne alors le solde actuel. Cela facilite la planification des prochaines mesures publicitaires. Vous pouvez également contrôler votre avoir personnel sous «Profil» sur WIRmarket.ch

Comment utiliser ce crédit?
Comme les annonces sur WIRmarket sont gratuites, le crédit de 500 CHW peut entièrement être utilisé pour des annonces sur WIRinfo (75%) et pour des «toplistings» sur WIRmarket (100% WIR). Les «toplistings» vous permettent de faire connaître votre entreprise ou votre annonce sur WIRmarket.

N'attendez plus!
Vous trouverez les possibilités publicitaires, les données de contact, les formats et les prix des annonces sur WIRinfo aux dernières pages de chaque édition. Sur WIRmarket, vous devez être enregistré et relié avec votre entreprise. Un tutoriel correspondant (et d'autres sur d'autres thèmes) existe sur Youtube – vous pouvez aussi prendre contact avec nous si d'autres questions devaient apparaître: wirmarket@wir.ch ou 0800 947 944 (du lundi au vendredi, 7 h 30–18 h).

● *Daniel Flury*

Nouveaux participants WIR

Vous trouverez les informations actuelles concernant tous les participants WIR sous wirmarket.ch

AG

Omnitrade Handels AG — flex

Bremgartenstrasse 9, 8966 Oberwil-Lieli
T 056 631 50 50
info@omnitrade.ch, www.omnitrade.de
Grosshandel mit sonstigen Nahrungs- und Genussmitteln

AR

Nata AG — flex

Platz 245, 9428 Walzenhausen
T 071 952 10 29
info@nata-ag.ch, www.nata-ag.ch
Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

BE

Aeschipark Property Group AG — flex

Harderstrasse 15, 3800 Interlaken
marc.hutter@hutterconseils.ch, www.aeschipark.ch
Andere Holdinggesellschaften

Fragnoli Bruno FB Sàrl — flex

Grand-Rue 3, 2710 Tavannes
M 079 859 51 71
Peinture et gypserie sans prédominance

M. Jäggli Sanitär GmbH — flex

Kerzersstrasse 20, 3225 Müntschemier
martin.jaeggli@gmail.com, www.sanitaer-jaeggli.ch
Sanitär- und Heizungsinstallation

Prime Concept AG — 20%

Burgstrasse 20, 3600 Thun
M 079 425 77 73
mz@primeconcept.ch, www.primeconcept.ch
Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen

BL

Inova Baumanagement GmbH — flex

Bruderholzstrasse 49, 4142 Münchenstein
M 079 666 68 37
info@inova-baumanagement.ch
Architekturbüros

BS

Silo2.ch GmbH — flex

Westquaistr. 38, 4057 Basel
M 076 392 03 92
welcome@silo2.ch, www.silo2.ch
Event-Caterer

GR

RSS Consulting GmbH — flex

Via Alpsu 107, 7188 Sedrun
T 081 936 55 55
Kollektivunterkünfte

LU

GASTRO-CARD S. SCHURTENBERGER — flex

Simona Schurtenberger
Hellbühlstrasse 40, 6102 Malters
M 079 279 79 24
Werbeagenturen

Hotel Rischli AG — flex

Rischli, 6174 Sörenberg
T 041 488 12 40
www.hotel-rischli.ch
Hotels, Gasthöfe und Pensionen mit Restaurant

Rietpark Immobilien AG — flex

Am Mattenhof 12, 6010 Kriens
T 044 438 28 28
mail@halter.ch, www.halter.ch
Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

SG

Einrichtungshaus GAMMA AG — flex

St. Gallerstrasse 45, 9500 Wil SG
www.gamma.ch
Detailhandel mit Möbeln

Fabrik12 GmbH — flex

Grünaustrasse 28, 9536 Schwarzenbach SG
www.fabrik12.com
Werbeagenturen

TG

BARIDA Invest GmbH — flex

Zelglistrasse 32, 8266 Steckborn
M 078 879 39 91
d.mora@barida.ch
Allgemeiner Hochbau

TI

Alpim SA — flex

Via viganò 5, 6917 Barbengo
T 091 980 14 81
www.alpim.ch
Costruzione generale di edifici

VD

Barichet SA — 50%

Chemin de Champ Belluet 4, 1807 Blonay
www.domainebarichet.ch
Culture de la vigne

SW Agency Sàrl — flex

Grand-Rue 42, 1820 Montreux
T 022 989 15 15
www.swagency.ch
Design graphique et communication visuelle

VS

Schweizerischer KMU Verein (SKV) — flex

Dammweg 11d, 3904 Naters
T 044 797 89 24
info@kmu-verein.ch, www.kmu-verein.ch
Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände

ZH

Herminghaus Reinigungstechnik 10%

Lättenstrasse 18, 8953 Dietikon
T 044 742 30 00
info@herminghaus-reinigungstechnik.ch
www.herminghaus-reinigungstechnik.ch
Grosshandel mit sonstigen Maschinen und Ausrüstungen

Spühler Multimedia+ IT Service GmbH 30%

Märktgass 9, 8197 Rafz
T 044 886 86 86
info@spuehler-multimedia.ch, www.spuehler-multimedia.ch
Erbringung von Beratungsleistungen auf dem Gebiet der Informationstechnologie

WIR-Networks

Les 9 WIR-Networks indépendants forment le plus grand réseau d'affaires de Suisse. Ils proposent à leurs membres de remarquables conférences, visite et voyages – c'est-à-dire des occasions idéales pour faire la connaissance de partenaires d'affaires potentiels et de réseauter!

Vous trouverez une vue d'ensemble de toutes les manifestations, y compris les possibilités d'inscription, sur *www.wir-network.ch* ou les liens directs des WIR-Networks ci-dessous.

business3 plus
WIR NETZWERKEN

Einladung zum WIR-Netzwerk-Anlass

Für alle WIR-Teilnehmende und Nicht-WIR-Teilnehmende

Meyer AG, Werkzeug und Haushaltcenter
Friedmattstrasse 24, 6260 Reiden
Samstag, 26. April 2025

Ein grosses Sortiment an Qualitäts-Werkzeugen und Haushaltsartikel stehen im Angebot.
Informieren und beraten lassen, Netzwerken und geniessen.

meyer ag
Internetshop www.handwerkerladen.ch
www.haushaltladen.ch

Programm

Eintreffen ab 16.00 Uhr

- Besichtigung der Produkte im ganzen Laden
- Einkauf mit 100% WIR
- Apéro und Verkostung im Zelt
- Gemütliches Beisammensein

Kosten und Teilnehmerzahl

- Kostenlos
- Maximal 50 Teilnehmende

Informationen zum Sortiment finden sie unter **www.handwerkerladen.ch**

Anmeldung:
QR – Code oder
www.business3.plus/wir-netzwerk-anlass

WIR ne+work Ostschweiz

Einladung zur 68. Generalversammlung

Liebe Mitglieder des WIR-Network Ostschweiz,

wir laden euch herzlich ein, im Restaurant Nollen gemeinsam auf das vergangene Jahr zurückzublicken und wichtige Entscheidungen für die Zukunft zu treffen. Nach dem offiziellen Teil geniessen wir ein gemütliches Abendessen und lassen den Abend in entspannter Atmosphäre ausklingen.

Wir freuen uns auf eure Teilnahme und eure wertvollen Beiträge!

Mittwoch, 30. April 2025

Hotel & Restaurant Nollen
Am Nollen 1, 9515 Hosenruck

18.00 bis 22.00 Uhr

Anmeldung:
https://wir-netzwerk.ch/gv25
Anmeldeschluss 20. April 2025

business3 plus
WIR NETZWERKEN

Einladung zum Business-Netzwerk-Anlass

Heinz Frei im Talk
der Schweizer Spitzensportler mit 3 Weltrekorden im Rollstuhlsport

Heinz Frei musste sich mit 20 Jahren eingestehen, dass er nie mehr auf seinen Beinen stehen kann. Er hat entschieden, das Leben in seine eigenen Hände zu nehmen. Seine positive Einstellung gegenüber dem Leben und sein Ehrgeiz haben ihm grossen sportlichen Erfolg gebracht. 3 Weltrekorde, 14x Weltmeister, 15 paralympische Goldmedaillen und vieles mehr!
Sei dabei mit Heinz Frei im Interview mit Raphi Galliker

Hotel Restaurant Sternen
Hauptstrasse 61
4566 Kriegstetten

Montag, 05. Mai 2025

Programm

Eintreffen ab 16.00 Uhr

- ab 18.00 Registration und Welcome-Drink
- ab 18.30 Begrüssung und Talk
- ab 19.30 Apéro riche und Netzwerken

Kosten und Teilnehmerzahl

- Mitglieder kostenlos, Begleitperson 25.—
- Nichmitglieder 90.—
- Maximal 50 Teilnehmende
- No-Shows werden in Rechnung gestellt (Mitglieder und Begleitpersonen 50.—, Nichtmitglieder 90.—)

Anmeldung:
QR – Code oder
www.business3.plus/events/

WIR ne+work Zürich

Besuch bei Gate Gourmet

Flughafen Zürich

Gate Gourmet sorgt dafür, dass tausende von Fluggästen auf der ganzen Welt kulinarisch verwöhnt werden. Das Unternehmen gehört weltweit zu den führenden Anbietern von Flug-Catering-Dienstleistungen. Wir werfen einen Blick hinter die Kulissen der Produktion im Hauptsitz auf dem Flughafen Zürich. Der Rundgang dauert ca. 90 Minuten. Anschliessend werden wir mit einem Apero und Köstlichkeiten verwöhnt.

Donnerstag, 26. Juni 2025

Hotel Uto Kulm – Üetliberg

Das Programm: 14.00 h Eintreffen der Gäste + Führung
15.30 h Ende der Führung
anschliessend gemeinsamer Apéro

Ort: Flughafen Zürich
Die Anmeldung: www.wir-netz.ch
Die Kosten: CHW 50 für Mitglieder, CHW/CHF 70 für Externe

WIR expo

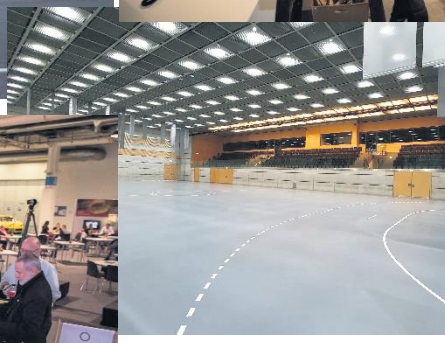
WIR EXPO ZÜRICH
Fr 21.11. – So 23.11.25

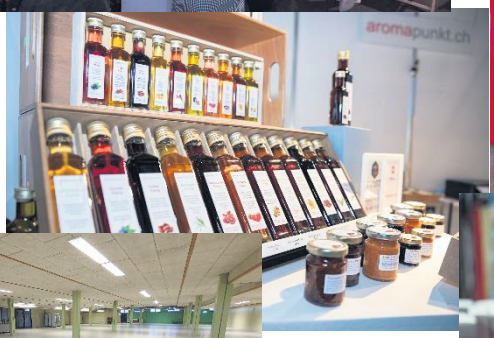
Es gibt sie wieder, die WIR Expo in Zürich! Diesmal in der Stadthalle Dietikon.

Das Interesse von Ausstellern ist schon sehr gross. Wir freuen uns auf ein spannendes Angebot.

Möchten Sie auch dabei sein? Buchen Sie jetzt Ihren Stand.

www.wir-expo.ch





WIR ne+work Zürich

Disclaimer – informations juridiques

Aucune garantie
Tous les articles, commentaires et calculs et toutes les indications ou autres informations («contenus») du WIRinfo servent à informer le lecteur afin que ce dernier puisse se former une opinion personnelle. La Banque WIR ne garantit en aucun cas que les contenus mis à disposition sont corrects, complets et actuels. Le lecteur est conscient que les commentaires d'auteurs externes ne reflètent pas forcément l'opinion de la Banque WIR. Des informations relatives à des évolutions ou des performances passées ne garantissent en rien de futures évolutions.

Aucune recommandation d'agir
Le contenu du WIRinfo est constitué, en partie, de publicité, mais ne doit pas être considéré comme une recommandation d'agir ou comme une aide à la décision pour des décisions d'investissement ou encore des questions juridiques, fiscales ou similaires. Les contenus ne doivent pas non plus être compris comme encouragement à acheter des produits ou à recourir à certaines prestations de services de la Banque WIR ou de tiers.

Annonces
Seules les annonces répondant aux conditions relatives à la publication d'annonces de la Banque seront publiées. L'annonceur est seul responsable du contenu de ses annonces et des produits et services proposés. L'annonceur est seul responsable des éventuelles prétentions qui en découleraient.

Conditions
Les tarifs et conditions mentionnés se réfèrent au moment de la clôture rédactionnelle et peuvent être modifiés en tout temps sans préavis.

Reproduction
La reproduction d'articles du WIRinfo n'est autorisée qu'avec l'accord exprès de la Banque et avec indication de la source.

Clause de non-responsabilité
La Banque WIR décline toute responsabilité (y compris pour négligence) pour tout dommage résultant respectivement de l'utilisation ou de la non-utilisation des contenus de WIRinfo ou de l'utilisation de contenus incomplets, voire faux.

Impressum

WIRinfo – Avril 2025, 92e année, no 1151
Le magazine des coopérateurs de la Banque WIR et des PME suisses
Éditrice: Banque WIR soc. coopérative, Bâle
Rédaction: Daniel Flury (rédacteur en chef), Shirin Mogtader, Sabina Segovia; wir.ch/contact

Photographes: voir illustrations
Couverture: VIAC Invest
Traductions: Daniel Gasser, Yvorne
Conception graphique: Schober Bonina AG / Kommunikationsagentur
Mise en page: Vogt-Schild Druck AG, Derendingen
Impression: Cavelti AG, Gossau

Imprimé sur papier recyclé suisse avec Ecolabel.eu. Ce dernier est attribué aux biens de consommation qui se distinguent par un caractère particulièrement favorable à l'environnement et un risque comparativement faible pour la santé.

imprimé en suisse

Par souci pour l'environnement!

Mode de parution: mensuel en allemand et français
Tirage global: 23 960
Annonces: voir dernière page
Prix d'abonnement: 20.40 CHF (TVA comprise)
Changements d'adresses et abonnements:
Banque WIR, centre de conseils, case postale, 4002 Bâle, ou T 0800 947 948

Emplacements de la Banque WIR

Siège principal Bâle
Banque WIR soc. coopérative
Auberg 1
4002 Bâle

Succursale Berne
Banque WIR soc. coopérative
Hilfikerstrasse 4
3014 Berne

Succursale Lausanne
Banque WIR soc. coopérative
Av. Louis-Ruchonnet 16
1006 Lausanne

Succursale Lugano
Banque WIR soc. coopérative
Riva Caccia 1
6900 Lugano

Succursale Lucerne
Banque WIR soc. coopérative
Obergrundstrasse 88
6005 Lucerne

Succursale Saint-Gall
Banque WIR soc. coopérative
Zwinglistrasse 2
9000 Saint-Gall

Succursale Zurich
Banque WIR soc. coopérative
Schaffhauserplatz 3
8006 Zurich

Succursale Coire
Banque WIR soc. coopérative
Alexanderstrasse 24
Postfach 699, 7001 Coire

Succursale Sierre
Banque WIR soc. coopérative
Av. du Général Guisan 4
3960 Sierre

Contacts et réseaux sociaux

Téléphone
0800 947 948 (lun–ven, 7 h 30–18 h)

Fax
0800 947 942

E-mail
info@wir.ch

Foires WIR

WIR-Expo Zürich
François Cochard
Regina-Kägi-Strasse 11
8050 Zürich

T 043 818 26 36
info@wir-expo.ch
wirexpo.ch

WIR-Messe Rothrist
Andy Bühler
Weidweg 1
4852 Rothrist

T 079 224 27 08
info@gaertnerei-buehler.ch
triibhuus.events

Banque WIR

Possibilités publicitaires dans le réseau WIR

La Banque WIR propose à ses clients WIR trois canaux publicitaires que sont le magazine WIRinfo, les WIRmailings et la plateforme WIRmarket.ch. Ces derniers font partie du Paquet WIR pour PME, tout comme le crédit publicitaire annuel de 500 CHW. Vous pouvez également accroître votre visibilité par le biais des WIR-Partner-Networks et des foires WIR.

Aperçu de vos avantages

- Nous vous offrons les premiers 500 CHW
- Part WIR élevée dans WIRinfo
- Adressage ciblé grâce aux WIRmailings (publipostage direct aux participants WIR)
- Faibles pertes de diffusion
- Remise annuelle à partir d'un chiffre d'affaires publicitaire de 2500 CHW/CHF
- Facturation très simple et avis de débit détaillé

WIRmarket.ch

Sur WIRmarket.ch, vous pouvez publier des **annonces** gratuitement et de manière illimitée, proposer vos produits dans le **shop** et publier des **appels d'offres**.

De plus, vous avez la possibilité de mieux faire connaître votre entreprise, vos annonces, vos articles vendus dans le shop et vos appels d'offres à l'aide de toplistings. Vous pouvez en tout temps contrôler le nombre de vues et de clics sous «Profils». Prix d'un toplisting: 10 CHW/jour

Votre première action sur WIRmarket.ch devrait être réservée à l'actualisation et à l'achèvement de l'inscription de votre entreprise. Utilisez à cet effet des photos et des textes significatifs. Vous pouvez également accroître votre visibilité sur WIRmarket avec les instruments gratuits suivants:

- **Taux d'acceptation WIR supplémentaire**, par exemple pour les offres spéciales
- **Actions:** augmentation temporaire du taux d'acceptation WIR

WIRinfo – le magazine des PME suisses

Le magazine WIRinfo paraît au début de chaque mois avec un tirage d'environs **24 000 exemplaires. Vous atteignez ainsi tous les clients WIR (PME) ainsi que leurs employés titulaires d'un compte WIR.**

Adressez vos annonces ou vos questions à:
inserate@wir.ch

Tarifs d'insertion pour WIRinfo (part WIR: 75%)

Dimensions	noir/blanc	couleurs
2e p. couv.	4090.–	4700.–
4e p. couv.	3890.–	4470.–
4e p. couv.	4290.–	4930.–
Contenu	**noir/blanc**	**couleurs**
1/1 page	2980.–	3460.–
1/2 page	1490.–	1730.–
1/4 page	745.–	865.–
1/8 page	370.–	430.–
par 1/48 page	62.–	72.–

Taxe pour annonces sous chiffre (WIRinfo): 8.50 CHW/CHF)

WIRmailing

Un publipostage WIRmailing vous permet de cibler, sans perte de diffusion, les participants WIR de votre choix et d'élargir votre clientèle.

Voilà comment procéder:
Vous nous faites parvenir votre courrier publicitaire, déjà sous pli ou non, et vous nous précisez à qui vous désirez l'envoyer:

- **numéros postaux d'acheminement sélectionnés (au max. 20)**
- **cantons sélectionnés**
- **participants de branches sélectionnées**
- **participants parlant une langue sélectionnée**
- **tous les participants WIR**
- **combinaison librement des possibilités de choix**

Indiquez sur votre support publicitaire un taux d'acceptation WIR égal ou supérieur à votre taux publié dans WIRmarket.

Modes d'expédition à choix:
- Courrier A (1 jour)
- Courrier B (2 jours)
- Courrier B2 (3-6 jours)

Les frais seront débités de votre compte CHW, respectivement CHF:
- 0.22 CHW, TVA comprise, en CHW (par adresse)
- Frais de port, TVA comprise, en CHF

Au préalable, nous avons besoin d'un échantillon pour notre contrôle interne. Il vous faut nous livrer votre matériel publicitaire (y compris 20 exemplaires supplémentaires pour les essais d'impression) 14 jours avant la date d'expédition souhaitée.

Contact
Désirez-vous une offre pour un WIRmailing? Nous vous conseillons volontiers. Contactez-nous avec ce formulaire ou par e-mail à l'adresse: wirmailing@wir.ch.

Remise sur chiffre d'affaires annuel

La valeur globale de vos mesures publicitaires sur WIRmarket, dans WIRinfo ou à l'aide des WIRmailings est continuellement déterminée dans le système des annonces publicitaires de la Banque WIR et donne droit, à partir d'un montant de 2500 CHW/CHF, à une remise annuelle qui est créditée sur votre compte à la fin de l'année.

Voici les différents taux de remise:

Chiffre d'affaires	Remise
ab 2500.–	4%
ab 7500.–	6%
ab 15500.–	8%
ab 35000.–	9%
ab 50000.–	10%

Impression de la foire WIR à Rothrist.

Données médiatiques WIRinfo

Réception d'annonces et conseils

inserate@wir.ch

Conditions générales
Voir www.wir.ch/cg-fr

Délai de remise d'annonces: veuillez prendre note du délai de remise d'annonces pour l'édition du WIRinfo de mai 2025: jeudi, 10 avril 2025, 12 h.

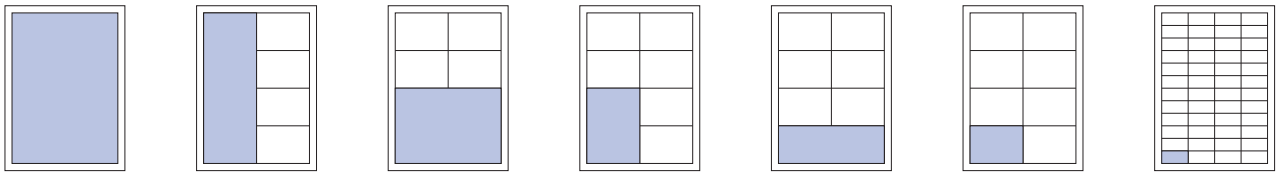
Reprise des données pour matériel WIRinfo
Lors de la création d'un fichier PDF, veuillez sélectionner le profil «ISOnewspaper» dans les réglages de la couleur et procéder à l'exportation.

Programmes	Mac	Win
QuarkXPress	•	•
InDesign	•	•
MS Word	•	•
PDF Acrobat	•	•
Illustrator	•	•
Photoshop	•	•

Important: Les polices doivent toujours accompagner les fichiers InDesign, Illustrator et Photoshop ouverts (pas de police Truetype). Veuillez fournir les jeux de caractères et les polices PostScript correspondants sous forme zippée. Pour les données PDF et EPS, les logos et les polices doivent également être fournis. Le fichier doit être doté des données d'image correspondantes (TIFF ou EPS). Ne pas utiliser de données d'image pour layout. Le fichier PDF doit être compatible avec Acrobat 4 (version 1.3) et avoir été constitué avec une résolution de 240 dpi.

Support de données: CD, DVD, Zip (100/250)

Dimensions des annonces et tarifs d'insertion (tous les prix s'entendent TVA 8,1% incluse)



168 × 248 mm	82 × 248 mm	168 × 122 mm	82 × 122 mm	168 × 59 mm	82 × 59 mm	39 × 17 mm
1/1 p. contenu	1/2 p. en haut. (2 col.)	1/2 p. en larg. (4 col.)	1/4 p. en haut. (2 col.)	1/4 p. en larg. (4 col.)	1/8 p. en larg. (2 col.)	1/48 page

Dimensions pour les pages de couverture franc-bord: 210 × 297 + 5 mm de marge de rognage = 220 × 307 mm

Tarifs (part WIR: 75%)

Contenu	**noir/blanc**	**couleurs**
par 1/48 page	62.–	72.–
1/8 page	370.–	430.–
1/4 page	745.–	865.–
1/2 page	1490.–	1730.–
1/1 page	2980.–	3460.–
Couverture		
2e p. couv.	4090.–	4700.–
3e p. couv.	3890.–	4470.–
4e p. couv.	4290.–	4930.–

Rabais sur chiffre d'affaires annuel (WIRinfo, WIRmarket et WIRmailing)

4%	à partir de 2500.–
6%	à partir de 7500.–
8%	à partir de 15500.–
9%	à partir de 35000.–
10%	à partir de 50000.–

Taxe pour annonces sous chiffre: 8.50