

SUISSE DIGITAL
CONNECTE NOTRE PAYS

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



UN SUPPLÉMENT THÉMATIQUE DE SMART MEDIA

F FOCUS.

Made in Switzerland

Juillet '26

Markus Venzin

Le CEO de l'EHL revient sur ce qui fait la singularité d'un modèle pédagogique envié dans le monde entier.

F En lire plus sur focus.swiss



Hairliss

Swiss Brand



INGRÉDIENTS NATURELS



CHEVEUX BOUCLES



SANS SULFATES
SILICONES
PARABÈNES



ENTREPRISE SUISSE



Mirjam Voser

Made in Switzerland : une promesse qui se mérite

Le «Made in Switzerland» est devenu bien plus qu'une indication d'origine. À l'international, il s'agit d'un repère, presque d'un raccourci : celui de la qualité, de la fiabilité et de l'exigence. Une réputation forte, mais aussi fragile, qui ne tient que tant qu'elle est activement entretenue.



défendre cette exigence en certifiant des entreprises qui respectent des critères stricts de valeur ajoutée produite en Suisse. Selon les secteurs, ceux-ci vont de 70% à 100%, afin de garantir une contribution réelle à l'économie locale.

Cet effet de marque n'est pas une situation statique. Nous devons sans cesse mériter cette réputation particulière et la protéger activement.

Dans un marché mondialisé, où la concurrence s'intensifie et où les chaînes de valeur deviennent toujours plus complexes, l'origine suisse ne suffit plus à elle seule. Ce qui fait la différence aujourd'hui, c'est la capacité à démontrer concrètement cette promesse de qualité, à la rendre vérifiable, tangible, crédible.

C'est précisément dans ce contexte que s'inscrit Swiss Label. Notre rôle est de contribuer à

Le symbole de l'arbalète, hérité de Guillaume Tell, incarne cette volonté de distinction. Mais au-delà de l'emblème, c'est surtout la rigueur du processus de certification qui fait la force du label : une analyse approfondie des entreprises candidates, menée en plusieurs étapes et validée au terme d'un examen exigeant.

À travers cette démarche, Swiss Label ne se limite pas à apposer un sceau de qualité. Il s'agit de défendre une idée simple mais essentielle : le «Made in Switzerland» n'a de valeur que s'il repose sur des engagements réels.

Texte **Mirjam Voser**,
Directrice, **Swisslabel**



« Le «Made in Switzerland»
n'a de valeur que s'il repose sur des engagements réels. »

Contenu.

- 06 Finance
- 10 Interview:
Markus Venzin
- 14 Bien-être animal

Focus Made in Switzerland.

Cheffe de projet

Charlotte Boesch

Responsable national

Pascal Buck

Rédactrice en chef Romandie

Marie Geyer

Responsable graphique

Mathias Manner

Graphiste

Marie Geyer

Journalistes

Océane Kasonia, Alix Senault,

Maëvane Mas, SMA

Image de couverture

© 2026 EHL, All rights reserved

Canal de distribution

Bilan

Impression

Stämpfli Publications SA



Smart Media Agency SA.

Gerbergasse 5, 8001 Zürich, Suisse

Tél +41 44 258 86 00

info@smartmediaagency.ch

redactionFR@smartmediaagency.ch

focus.swiss



Bonne lecture!
Charlotte Boesch
Project Manager

ANNONCE

Des données pour le bien commun ?

Santé | Environnement | IA

Participez au forum public

Conférences | Table ronde | Ateliers



Où?

CICG, Genève

Gratuit, sur inscription

Quand?

**Lundi 31 août 2026,
13h30**

genevalovesdata.org



Patric concept : L'art suisse de concevoir l'inconcevable



Patrick Feller
CEO, Patric concept

A Colombier, dans le canton de Neuchâtel, Patric concept conçoit des machines que l'on ne trouve dans aucun catalogue. Depuis 25 ans, l'entreprise développe des solutions sur mesure pour des industriels confrontés à des défis techniques sans réponse standard. Une aventure humaine et technologique qui illustre une vision exigeante du Swiss Made, bien au-delà du simple label d'origine.

Le Swiss Made commence par une simple soudure

Dans l'atelier, le geste est précis. Le soudeur avance lentement le long d'un châssis inox destiné à devenir l'ossature d'une machine industrielle. Pour Patrick Feller, CEO de Patric concept, c'est ici que commence véritablement le Swiss Made. «Lorsqu'on regarde une machine terminée, on s'intéresse souvent à sa technologie ou à ses performances. Mais tout commence par la manière dont elle a été assemblée. Une belle soudure, propre, régulière, sans bavure, rend une machine plus belle, presque luxueuse. C'est un véritable savoir-faire.» Cette remarque en dit long sur la culture de l'entreprise neuchâteloise. Car chez Patric concept, la qualité ne se résume pas à un contrôle final. Elle s'incarne dans chaque étape du processus, dans chaque métier, dans chaque décision technique.

Une méthode de travail profondément suisse

Créée en 2001, l'entreprise a connu une transformation remarquable. Ses premiers développements étaient consacrés aux stations de recyclage et aux tunnels de lavage. Au fil des années, elle a progressivement élargi son champ de compétences pour devenir l'un des spécialistes suisses de la machine spéciale à haute valeur technologique. Aujourd'hui, lorsqu'un industriel se heurte à un problème qu'aucune solution standard ne permet de résoudre, c'est souvent vers ce type d'acteur qu'il se tourne. Une cadence insuffisante, un contrôle qualité impossible à automatiser, un geste humain difficile à reproduire mais aussi une exigence de traçabilité devenue critique. Installée sur 2250 m² et forte de 32 collaborateurs, l'entreprise réunit sous un même toit des compétences en ingénierie mécanique, automation, construction métallique, assemblage, mise au point et service après-vente. Une organisation qui lui permet de prendre en charge l'intégralité d'un projet, de l'idée initiale jusqu'à la mise en service chez le client. «Le Swiss Made



ne est pas seulement un label. C'est une méthode de travail qui garantit la précision, la réactivité, la maîtrise technique et une véritable responsabilité vis-à-vis du client», rappelle le CEO. Autour de ce noyau, Patric concept s'appuie également sur un réseau de sous-traitants et fournisseurs sélectionnés avec soin, privilégiant autant que possible les partenaires suisses. Cette proximité permet surtout une réactivité devenue rare dans un monde industriel fortement mondialisé.

Reproduire le geste humain sans le faire disparaître

L'automatisation n'est pas toujours synonyme de remplacement, souvent, elle consiste à préserver un savoir-faire. Dans l'horlogerie, les ingénieurs de Patric concept ont ainsi travaillé sur la reproduction d'un mouvement particulièrement délicat réalisé manuellement par un opérateur lors du lavage de pièces fragiles. Grâce à la robotique et au machine learning, ils sont parvenus à reproduire fidèlement ce geste. La même logique se retrouve dans le domaine alimentaire. Certaines installations de plus de 100 m² développées par l'entreprise prennent en charge le soin lors de l'affinage de meules de Gruyère ou de Tête de Moine. Un savoir-faire ancestral, élevé à une extrême constance. L'entreprise intervient également dans les secteurs medtech et microtechnique, où elle développe des équipements de lavage particulièrement sophistiqués, capables de répondre à des exigences de propreté et de répétabilité extrêmes. Elle conçoit aussi des systèmes de palettisation pour l'assemblage d'auto-injecteurs, des équipements de contrôle pour dispositifs médicaux, des machines de traitement du plasma sanguin ou encore des installations destinées à des environnements ATEX, où la présence de substances inflammables ou explosives impose des normes de sécurité particulièrement strictes.

L'humain derrière les machines

Dans un univers où la technologie occupe une place centrale, Patrick Feller insiste pourtant sur ce point, la véritable richesse de l'entreprise reste humaine. Derrière chaque machine se

trouvent des ingénieurs, des automaticiens, des mécaniciens, des monteurs, des câbleurs et des serruriers dont les compétences s'additionnent pour donner naissance à des équipements uniques. L'introduction récente de la soudure laser illustre cette philosophie. L'objectif n'est pas de remplacer l'artisan, mais de lui offrir de nouveaux outils afin d'améliorer encore la régularité et la qualité du travail réalisé. Une machine n'est pas simplement fabriquée en Suisse, elle est le résultat d'une culture du détail, d'une responsabilité assumée et d'une chaîne de compétences dont chaque maillon compte.

Une ambition de taille

Dans l'industrie moderne, la rentabilité d'une machine ne se mesure plus uniquement à son coût d'acquisition. Disponibilité des équipements, maintenance, qualité de production, traçabilité, évolutivité et accompagnement sur la durée sont devenus des critères déterminants. Patric concept construit sa valeur précisément sur cet ensemble. Au fond, le Swiss Made n'est pas ce qui est gravé sur une plaque signalétique. C'est ce qui demeure invisible, l'expérience d'un mécanicien, l'exigence d'un ingénieur, l'engagement d'une équipe entière à ne rien laisser au hasard. C'est une manière de penser, de fabriquer et d'assumer la responsabilité de ce que l'on livre. Et parfois, tout cela commence simplement par une soudure parfaitement exécutée.

Plus d'informations sur
www.patric.swiss



PATRIC concept SA
Engineering & Automation



RADO — LES MATÉRIAUX DE L'ÉTERNEL

Céramique haute technologie colorée



Céramique haute technologie plasma

Depuis toujours, l'idée de beauté éternelle fascine. Elle évoque ce qui résiste au temps, ce qui conserve son éclat sans jamais se trahir. Chez Rado, cette quête est devenue moteur d'innovation depuis des décennies. Car préserver la beauté ne suffit pas : il faut la réinventer pour qu'elle dure. Poussée par cet esprit pionnier et la conviction de ses fondateurs – « If we can imagine it, we can make it. And if we can make it, we will! » – la marque n'a cessé de repousser les limites entre design et technologie, jusqu'à transformer la matière elle-même en promesse d'éternité.

En 1986, cette vision prend forme lorsque Rado lance la première montre en céramique haute technologie produite en série : l'Integral. Une révolution. Au toucher soyeux, presque sensuel, elle séduit instantanément. Mais au-delà de l'émotion, c'est sa performance qui émerveille : une résistance exceptionnelle aux rayures, une légèreté surprenante et une durabilité hors du commun. Une matière conçue pour traverser le temps sans jamais perdre de sa pureté ni de sa brillance.

Fruit d'années de recherche et développement, la céramique haute technologie Rado naît d'un processus d'une précision extrême, maîtrisé et produit en Suisse, au sein du laboratoire de céramique de la marque à Boncourt, dans le Jura. Des poudres minérales hautement purifiées, notamment de l'oxyde d'aluminium et de zirconium, sont transformées, moulées sous haute pression, puis portées à 1'450°C lors du frittage. Cette étape décisive densifie la matière, réduit son volume et lui confère sa dureté remarquable. Travillée ensuite avec des outils diamantés, chaque pièce révèle des lignes parfaites, une surface lisse et une brillance éclatante. Le résultat : une matière qui ne s'altère pas, une esthétique qui ne s'érode pas. Une montre pensée pour durer, réellement.

Chez Rado, l'innovation ne s'arrête pas à la performance. Elle s'exprime aussi à travers la couleur. Dès 1992, la marque introduit la céramique haute technologie colorée, ouvrant de nouvelles perspectives. Chaque teinte, développée en interne, est le fruit d'un équilibre subtil entre science et design. Des blancs lumineux aux nuances les plus expressives, chaque couleur affirme une identité, tout en conservant les propriétés essentielles du matériau. Car ici, la couleur ne recouvre pas : elle fait partie intégrante de la matière, pour une intensité et une stabilité absolues dans le temps.

Toujours en quête de nouvelles expressions, Rado franchit une étape supplémentaire en 1997 en introduisant la céramique haute technologie plasma dans l'industrie horlogère. Grâce à un traitement spécifique, réalisé dans un four spécialement dédié, la matière est exposée à des températures atteignant près de 20'000°C – soit environ quatre fois la température du soleil. La céramique blanche initiale se transforme alors en une surface métallisée éclatante, sans contenir le moindre métal.

Une prouesse scientifique qui donne naissance à une illusion sensorielle captivante : le regard et le toucher évoquent le métal, tandis que la légèreté et le confort restent ceux de la céramique. Une fusion maîtrisée entre innovation de pointe et élégance intemporelle.

Aujourd'hui, 80 % des modèles Rado sont réalisés en céramique haute technologie, un matériau devenu une véritable signature de la marque. À travers chacune de ces innovations, Rado affirme une conviction profonde : la beauté véritable ne se fane pas. Elle se pense, se façonne et se préserve. Elle naît de la rencontre entre audace créative et maîtrise technologique. Et elle traverse le temps, intacte.



Rado Anatom Skeleton
R10206109
MRP: CHF 3'900.00



Rado True Square Open Heart
R27073722
MRP: CHF 3'050.00



**Rado Integral
40-Year Anniversary Edition**
R20258162
MRP: CHF 2'250.00

Une solution tout-en-un pensée pour les PME suisses



Raphaël Perrier et Kristina Leoni

Acteur historique du logiciel de gestion en Suisse, Winbiz accompagne depuis plus de 30 ans les PME, indépendants et fiduciaires dans leur digitalisation. Kristina Leoni, responsable marketing digital, et Raphaël Perrier, en charge de la gestion, des partenaires et de la formation, reviennent sur les évolutions du logiciel et ses enjeux de développement, entre cloud, intégration et intelligence artificielle. Depuis sa création en 1992, Winbiz a évolué au rythme des transformations numériques des entreprises suisses. L'un des tournants majeurs a été le passage d'un logiciel local à une solution cloud, qui a profondément modifié les usages. «L'évolution s'est surtout faite autour de l'interconnectivité», explique Raphaël Perrier. Le travail multi-utilisateurs et l'accès à distance ont remplacé les logiques de sauvegardes et de transferts de fichiers. Cette évolution a renforcé les échanges avec les fiduciaires. «Avant, il fallait transférer des sauvegardes.

Aujourd'hui, elles ont un accès direct et peuvent interagir beaucoup plus rapidement», souligne-t-il.

Swiss Made, intégration et sécurité des données

Dans un marché dominé par des solutions internationales, Winbiz revendique un positionnement Swiss Made. Pour Kristina Leoni, ce choix incarne une garantie de fiabilité. «C'est une assurance de respecter les normes suisses, notamment en matière de TVA et de salaires, mais aussi un gage de proximité et de qualité», souligne-t-elle. Au-delà de cet ancrage local, la force du logiciel repose sur une approche intégrée. Comptabilité, salaires, ventes ou gestion de projets fonctionnent dans un même environnement, limitant les ressaisies. «Tous les modules interagissent, ce qui évite les doubles saisies et améliore la fiabilité des données», précise Raphaël Perrier. La sécurité des données constitue un autre pilier, avec un hébergement en Suisse et des standards inspirés du secteur bancaire.

Une nouvelle étape pour Winbiz

L'intelligence artificielle fait désormais partie des évolutions intégrées à Winbiz, mais avec une approche prudente. L'objectif n'est pas de multiplier les fonctionnalités à tout prix, mais de proposer des outils fiables et utiles. «LIA doit

rester un outil d'aide, sans générer d'incertitude», souligne Kristina Leoni. L'entreprise travaille sur un assistant reposant sur des données maîtrisées afin de garantir la pertinence des réponses. Winbiz a été conçu comme une solution capable d'évoluer avec les besoins des entreprises. «Une PME peut commencer avec quelques fonctionnalités puis intégrer progressivement d'autres modules», rappelle Raphaël Perrier. Cette logique se concrétisera avec le lancement, prévu à la fin de l'année, d'une nouvelle génération entièrement web. Elle conservera les fonctionnalités qui ont fait le succès de Winbiz tout en intégrant des technologies plus récentes. L'objectif est de faciliter les connexions avec des applications métiers spécialisées. «Nous devons continuer à évoluer sans perturber nos clients», résume Raphaël Perrier. Malgré ces évolutions technologiques, l'accompagnement humain reste déterminant. Les clients attendent encore un contact direct pour les opérations sensibles comme les salaires ou les clôtures. «Ils veulent pouvoir parler à quelqu'un qui comprend leur situation», rappelle-t-il.



Octogone Gestion Sàrl • Brandreport

« Nous ne gérons pas de produits, nous gérons des relations »



Ivan Peruffo
Group CEO d'Octogone Gestion

Quelle est votre vision de la gestion de patrimoine en Suisse aujourd'hui ?

Le secteur se structure sous l'effet des exigences réglementaires et de la consolidation. Dans ce contexte, la gestion indépendante retrouve tout son sens : les clients recherchent clarté, stabilité et une relation durable. C'est ce qu'Octogone incarne depuis 30 ans. Avec plus de 5 milliards de CHF sous gestion et des équipes sur trois continents, nous conjuguons proximité du conseil et solidité institutionnelle.

Comment Octogone contribue-t-elle au rayonnement de l'expertise financière suisse ?

Le «Made in Switzerland» repose sur la rigueur, la discrétion et la qualité du conseil. Chez nous, cela se traduit dans l'exécution. Basés à Genève et régulés par la FINMA, nous

accompagnons nos clients à l'international grâce à nos bureaux à Dubaï, Panama, Miami et aux Bahamas. Cette présence globale garantit un accompagnement cohérent et exigeant dans chaque juridiction.

Qu'est-ce qui distingue fondamentalement votre modèle ?

Notre indépendance. Nous ne créons pas de produits et n'avons donc aucun intérêt à orienter nos clients vers une solution plutôt qu'une autre. Notre modèle économique repose uniquement sur le conseil et la gestion, et nos intérêts sont alignés avec ceux du client. Cette liberté permet de construire des stratégies réellement sur mesure et, dans un secteur où les conflits d'intérêts existent encore, cette transparence fait toute la différence.

Comment conciliez-vous tradition suisse et évolution des besoins des investisseurs ?

La tradition suisse repose sur la prudence et la continuité, des valeurs plus que jamais pertinentes. Mais les enjeux sont désormais globaux et technologiques. Nous investissons dans les outils digitaux - notre prix Overall Digital Engagement aux *WealthBriefing Swiss*

EAM Awards en témoigne - sans perdre de vue l'essentiel : l'expérience client. Chez nous, il garde le même interlocuteur sur dix, parfois vingt ans. Ce que nous gérons, au fond, ce ne sont pas seulement des portefeuilles. Nous accompagnons des familles, parfois sur plusieurs générations, avec une continuité que les modèles industrialisés ont parfois perdue.

Comment voyez-vous évoluer le métier ?

La consolidation va se poursuivre. Les acteurs capables de réunir expertise, taille critique et indépendance seront les mieux positionnés, et notre sélection parmi le Top 50 des gestionnaires indépendants en Suisse par Citywire nous conforte sur cette voie. Le véritable enjeu sera d'accompagner la transmission des patrimoines à une nouvelle génération plus internationale et digitale, en lui apportant ce que la technologie ne remplacera pas : jugement, écoute et engagement humain.

Plus d'informations sur :
octogone.ch





Quand le « Made in Switzerland » devient immatériel

Les capitaux circulent aujourd'hui à la vitesse des réseaux numériques. Les transactions s'effectuent en quelques secondes, les actifs se dématérialisent et les investisseurs opèrent à l'échelle mondiale. À première vue, la localisation des activités financières n'a jamais semblé aussi secondaire. La place financière suisse continue pourtant d'occuper une position singulière.

Car la finance est sans doute l'un des secteurs où la notion même de « Made in Switzerland » est la plus difficile à définir. Contrairement à une montre ou à un médicament, un mandat de gestion de fortune ou un produit d'investissement ne se fabrique pas dans une usine. Sa valeur repose sur des éléments immatériels: compétences, réputation, processus, sécurité juridique.

Le développement des technologies financières, la numérisation des services bancaires et l'internationalisation des flux de capitaux renforcent encore cette réalité. Dès lors, que signifie le « Made in Switzerland » dans un secteur qui s'affranchit des frontières ?

Une place financière dans un monde sans frontières

La finance suisse s'inscrit dans une dynamique profondément mondialisée. Clients internationaux, marchés ouverts en continu et infrastructures numériques permettent de gérer des portefeuilles

depuis n'importe où. Dans ce contexte, la concurrence entre places financières s'intensifie. Singapour, New York, Londres ou Dubaï cherchent à attirer capitaux, talents et grandes fortunes (Global Financial Centres Index, Z/Yen Group).

Cette évolution pourrait laisser penser que l'ancrage national perd de son importance. Pourtant, les flux de capitaux restent sensibles à la stabilité institutionnelle et à la qualité des cadres réglementaires (World Bank, Governance Indicators).

La confiance comme avantage concurrentiel

C'est sur ce terrain que la Suisse conserve une position particulière. Dans un environnement marqué par l'incertitude, la stabilité reste une ressource stratégique.

Prévisibilité du cadre légal, solidité des institutions et sécurité juridique figurent parmi les principaux facteurs d'attractivité (Swiss Bankers Association, rapports annuels). Ils influencent directement les décisions d'allocation de capitaux.

La gestion de fortune illustre cette spécificité. La Suisse demeure un centre mondial du secteur, portée par son expertise et son adaptabilité (Global Financial Centres

Index; Swiss Finance Council).

À mesure que les produits financiers se standardisent, la confiance institutionnelle devient un avantage difficilement répliquable.

Réinventer la finance suisse

Pour autant, la réputation ne suffit plus. La place financière suisse est engagée dans une transformation structurelle. La fin du secret bancaire comme différenciateur, les exigences de conformité et la concurrence asiatique ont modifié l'équilibre du secteur (Financial Times, analyses finance suisse). La crise de Credit Suisse a renforcé cette pression et accéléré les réflexions sur la résilience du modèle (Reuters).

Les établissements investissent désormais dans la digitalisation, les données et les actifs numériques. Zurich, Genève et Zoug concentrent un écosystème mêlant banques, fintechs et acteurs technologiques.

Le « Made in Switzerland » dans la finance ne désigne plus un lieu, mais un système de confiance fondé sur des règles, des institutions et des pratiques. À l'heure où les services financiers sont dématérialisés, la compétitivité tient moins à la localisation qu'à la crédibilité.

Texte SMA

ANNONCE

F

#focusmadeinswitzerland

En découvrir plus sur

focus.swiss

bordier¹⁸⁴⁴

Le Banquier Privé *suisse de référence*

*Replaçons le sur-mesure et la proximité
au cœur des relations humaines.*

Proximité et sur-mesure, à chaque rencontre.

Genève

Rue Rath 16
1204 Genève
058 258 00 00

Nyon

Rue de la Porcelaine 13
1260 Nyon
058 258 07 50

Lausanne

Avenue Mon-Repos 22
1005 Lausanne
058 258 06 50



Nous sommes également présents à Berne et Zurich.

bordier.com/fr

The same,
yet so different.



Valcambi Standard
Gold Bar

Valcambi Green
Gold Bar

Valcambi Artisanal
Gold Bar

Valcambi Recycled
Gold Bar

Geoforensic

Rapprocher les mineurs et les consommateurs à travers la traçabilité

L'or n'a jamais autant brillé. Porté par les incertitudes géopolitiques et économiques, le métal précieux atteint des niveaux records. Mais derrière cette hausse spectaculaire se cache une réalité complexe dans de nombreuses régions du monde, l'exploitation artisanale et informelle de l'or se développe rapidement, parfois au détriment des normes sociales et environnementales. Fondatrice et CEO de geoforensic, Barbara Beck a développé une technologie permettant de vérifier scientifiquement l'origine de l'or et de renforcer la traçabilité tout au long de son parcours, de la mine jusqu'à l'utilisateur.

Barbara Beck, comment peut-on vérifier l'origine d'un métal aussi facilement transportable et transformable que l'or ?

La plupart des systèmes actuels reposent sur des documents et des certificats qui accompagnent le métal tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Chez geoforensic, nous avons développé une approche basée sur la science. Nous analysons directement la composition chimique de l'or afin d'identifier sa signature géochimique propre, comparable à une empreinte digitale. Cette méthode permet d'apporter une preuve scientifique de son origine et de réduire considérablement les risques de fraude.

Concrètement, comment fonctionne votre technologie ?

Notre solution, geoforensic GOLD-ID®, combine géochimie forensique, machine learning et blockchain. Les analyses chimiques déjà réalisées par les centres de collecte ou les affineurs sont simplement téléchargées sur notre plateforme. Grâce à nos algorithmes, nous pouvons vérifier l'origine du métal en quelques secondes. Les résultats sont ensuite enregistrés sur la blockchain afin de garantir leur intégrité et leur traçabilité dans le temps.

Qui a aujourd'hui le plus besoin de transparence sur l'origine de l'or ?

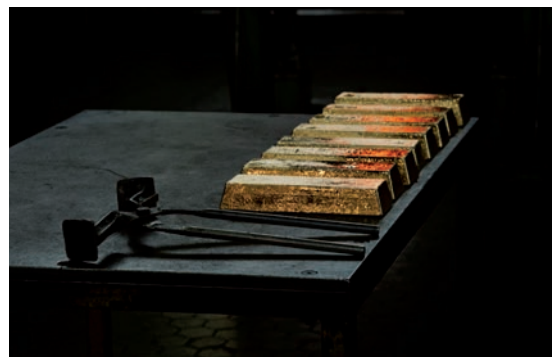
Toute la chaîne de valeur est concernée, des producteurs aux consommateurs. Les affineurs jouent un rôle central puisqu'ils transforment l'or brut en métal pur. Mais le véritable moteur du changement pourrait venir des marques de luxe. En acceptant de payer légèrement plus pour un or dont l'origine est garantie, ils peuvent contribuer à financer des projets qui améliorent concrètement les conditions de vie dans les régions minières.

Au-delà de la technologie, quelle est votre ambition ?

La traçabilité ne doit pas être uniquement perçue comme un outil de contrôle. Elle doit permettre de créer un lien entre les communautés minières et les consommateurs. Derrière chaque gramme d'or se trouvent des réalités humaines, sociales et environnementales. Notre objectif est de rendre cette histoire visible et de démontrer qu'une chaîne d'approvisionnement plus transparente peut aussi générer des bénéfices pour les populations locales, notamment à travers des projets liés à l'éducation, à la formation ou au développement durable.

Valcambi traceability based on Isotopic Ratio

Cross checked with Geoforensic Gold ID



From the source to the finished products
Valcambi ASM Gold, Recycled Gold, Green Gold

Markus Venzin

À Lausanne, un modèle éducatif qui fait école

Classée numéro un mondial en gestion hôtelière pour la huitième année consécutive, l'EHL, initialement fondée en tant qu'École Hôtelière de Lausanne, incarne depuis 1893 une certaine idée de l'excellence suisse.

Interview **Maévine Mas** Image © 2026 EHL, All rights reserved

Markus, selon vous, qu'est-ce qui distingue fondamentalement le modèle pédagogique suisse de ses concurrents internationaux ?

Deux choses, essentiellement. D'abord, il est possible en Suisse de mener une carrière réussie et d'acquérir un certain statut professionnel sans nécessairement passer par l'université. On peut commencer par une formation professionnelle, puis, si on le souhaite, compléter son parcours par un diplôme de l'enseignement supérieur. On peut débiter en tant que chef cuisinier, puis suivre un programme d'école de management hôtelier en bachelor, puis en master. Nos partenaires en Inde, en Chine ou à Singapour admirent profondément ce système éducatif qui repose sur la formation professionnelle. Je pense que c'est un facteur distinctif.

Au sein de l'EHL, l'apprentissage par l'expérience est aussi un facteur distinctif. Les étudiants apprennent en faisant. Le programme de Bachelor débute par une année préparatoire, durant laquelle ils passent six mois sur le campus, puis six mois en entreprise. L'expérience sur le campus de l'année préparatoire est fantastique. Les étudiants suivent 21 ateliers pratiques, servent, cuisinent, interagissent avec de vrais clients. Cela leur apprend le sens du détail, le pragmatisme. Quand ils intègrent les années suivantes, ils peuvent alors mettre en pratique les concepts en perspective avec leur propre vécu. Et plus tard, quand ils exercent des responsabilités managériales, ils se souviennent de ce qu'est un métier opérationnel. Je pense que cela rend humble, dans le bon sens du terme.

Chaque année, des multinationales de renom recrutent vos diplômés. Comment expliquez-vous cet attrait au-delà de l'hôtellerie ?

Nos étudiants maîtrisent des compétences d'hospitalité qui sont universellement transférables. À l'heure où l'intelligence artificielle rend les savoir-faire techniques de moins en moins différenciants, ce qui compte, ce sont la capacité à communiquer, l'empathie, le jugement et la pensée critique. Nos programmes visent à mobiliser l'esprit, le cœur et les mains de chacun afin de former des individus centrés sur l'humain.



« À l'heure où l'intelligence artificielle rend les savoir-faire techniques de moins en moins différenciants, ce qui compte, ce sont la capacité à communiquer, l'empathie, le jugement et la pensée critique. »

– Markus Venzin,
CEO de l'EHL

Nos étudiants excellent aussi en entretien : ils sont à l'aise dans l'interaction humaine, ils font bonne impression. Je pense être capable de reconnaître un diplômé de l'EHL à sa façon de parler, de se comporter, même sans savoir qu'il en est issu. Un doyen d'une autre école me l'a dit un jour avec des étoiles dans les yeux : « Vous formez des citoyens du monde policés, capables de s'intégrer dans n'importe quel environnement d'entreprise. » Je ne pouvais pas rêver meilleur résumé.

Depuis 2019, l'EHL trône au sommet du QS World University Rankings en gestion hôtelière. À quoi attribuez-vous cette constance ?

La méthodologie de ce classement repose à 50% sur les retours des employeurs. Or nous obtenons justement le score maximum auprès de ces derniers. C'est là, je crois, l'explication

principale de notre première place. Les recruteurs nous font confiance parce que nous sélectionnons les bons profils, nous les formons rigoureusement, et nous parvenons à les placer aux meilleures positions du secteur. Nous produisons également une recherche sérieuse, reconnue par la communauté académique pour sa rigueur et sa pertinence.

Un diplôme EHL, c'est aussi un diplôme suisse. Alors que des écoles prestigieuses émergent partout dans le monde, le « Made in Switzerland » se vend-il toujours aussi bien ?

Oui, et les parents comme les étudiants y sont très attachés. Regardez la concentration d'établissements d'excellence en Suisse, cela dit quelque chose de la solidité du modèle. Dans notre cas, il y a aussi une dimension historique : nous sommes la première école hôtelière au monde, fondée en 1893. Cela représente plus de 35 000 alumni, et si vous regardez les directeurs généraux des grands hôtels de la planète, vous constaterez très souvent qu'ils sont passés par l'EHL.

Comment transmettre des valeurs suisses telles que la rigueur, l'attention au détail et l'exigence à des étudiants venus du monde entier ?

Nos promotions réunissent jusqu'à 130 nationalités différentes. Il ne s'agit pas d'étudiants en échange qui restent six mois, mais de cohortes qui vivent ensemble pendant quatre ans. On ne se contente pas de comprendre d'autres cultures, on apprend à les apprécier, à aimer leurs différences. C'est ce qui forge un état d'esprit véritablement cosmopolite.

L'EHL existe depuis 1893. Vous sentez-vous dépositaires d'un héritage national, au même titre qu'un horloger du Jura ou qu'une grande maison chocolatière ?

Absolument, et c'est une responsabilité que je prends très au sérieux, avec mes collègues et notre conseil d'administration. Nous avons opéré une transition vers une école de commerce à part entière, mais nous avons simultanément créé une école des arts pratiques pour rester profondément enracinés dans les métiers de l'hôtellerie. D'autres écoles de management ont perdu cette spécificité en chemin. Nous, nous tenons ce cap.

La force du modèle suisse dans l'économie de l'expérience



Carlos Díez de la Lastra
CEO de Les Roches



Philippe Vignon
Directeur Général de Glion Institut
de Hautes Etudes

Référence historique mondiale de la formation hôtelière, reconnue pour son modèle pédagogique dual ancré à la fois dans la théorie et la pratique, la Suisse ne cultive pas seulement son héritage du début du XXe siècle: elle continue d'exceller, d'innover et de faire rayonner son savoir-faire dans le monde.

Destination incontournable des métiers de l'hospitalité, elle bénéficie d'une large représentation dans le QS World University Rankings 2026, avec sept écoles hôtelières suisses dans le top 10 mondial. Glion Institut de Hautes Études est classé 3^e et Les Roches 2^e des formations hôtelières mondiales, confirmant la position du groupe Sommet Education parmi les leaders mondiaux de l'enseignement en hospitality et en management du luxe.

Carlos Díez de la Lastra, CEO de Les Roches, et Philippe Vignon, directeur général de Glion Institut de Hautes Études, dirigent ces deux hautes écoles spécialisées (HES) qui incarnent une hospitalité résolument tournée vers le luxe et l'innovation, avec une approche holistique de l'économie de l'expérience.

La Suisse est historiquement associée à l'excellence hôtelière. Selon vous, que signifie aujourd'hui le «Made in Switzerland» dans le domaine de l'éducation hôtelière?

Carlos Díez de la Lastra: Aujourd'hui, le «Made in Switzerland» dans l'éducation hôtelière reste une référence mondiale, mais il est aussi en pleine évolution. Pour Les Roches, il représente d'abord une promesse d'excellence académique, de précision, de rigueur et de sens du service. C'est le socle de notre identité depuis notre fondation à Crans-Montana en 1954.

Ce «Made in Switzerland» passe aussi par la capacité à innover, à expérimenter et à former des profils capables d'évoluer dans de nouveaux

territoires de l'hospitalité. Cela signifie préparer des talents aptes à évoluer dans le luxe, le tourisme expérientiel, le sport, l'événementiel et, plus largement, dans l'économie de l'expérience.

Cette combinaison entre héritage suisse et ouverture internationale fait la force de notre modèle. Notre campus fondateur en Suisse reste central, mais il s'inscrit désormais dans une vision globale portée par nos campus en Espagne et à Abu Dhabi, ainsi que par l'ouverture d'un nouveau campus en 2027 à Riyad, en Arabie saoudite, qui renforcera encore cette présence internationale tout en restant fidèle aux standards de l'éducation suisse.

Philippe Vignon: Pour Glion, ce «Made in Switzerland» repose avant tout sur la transposition des codes et des valeurs de l'hospitalité vers l'univers du luxe.

Car le luxe contemporain ne se définit plus uniquement par la rareté d'un produit, mais par la qualité de l'expérience vécue: la manière dont elle est pensée, incarnée et transmise. Les grandes maisons, qu'elles soient dans la mode, la joaillerie ou la gastronomie d'exception, recherchent des profils capables de créer de l'émotion, de comprendre des clientèles internationales exigeantes et de porter une culture de marque avec justesse et cohérence. Chez Glion, nous nous appuyons sur ces fondamentaux: les soft skills, l'interculturalité, l'attention au détail et la capacité à concevoir des expériences singulières. Ces compétences constituent aujourd'hui le socle des métiers du luxe. C'est dans cette convergence entre hospitalité et luxe que réside l'un des atouts majeurs de Glion.

L'hospitalité dépasse aujourd'hui largement le cadre de l'hôtellerie. Dans quels secteurs voyez-vous les plus fortes opportunités pour vos diplômés?

C. D.: Les Roches étant l'une des références mondiales de l'hôtellerie de luxe et un acteur de premier plan en matière d'employabilité auprès des grandes entreprises du secteur, nous préparons nos étudiants à se distinguer également dans des secteurs comme le sport, l'événementiel, les start-up ou les nouveaux modèles touristiques.

Notre approche repose sur trois dimensions. D'abord, une formation solide aux fondamentaux de l'hospitalité, où l'empathie, la gestion émotionnelle, l'excellence du service et la personnalisation de l'expérience client restent essentiels, quel que soit le secteur. Ensuite, une forte exposition au terrain à travers des expériences concrètes dans des entreprises leaders mondiales et une interaction continue avec l'industrie. Enfin, une dimension internationale différenciante,

avec le développement de compétences de leadership dans un environnement multiculturel réunissant plus de cent nationalités.

P. V.: Nous préparons nos étudiants à évoluer dans l'ensemble de l'économie de l'expérience.

Aujourd'hui environ la moitié de nos diplômés rejoint aussi bien des maisons de luxe que des groupes hôteliers, des marques horlogères ou encore des sociétés d'aviation privée.

C'est d'ailleurs ce qui a motivé la création du Hospitality & Luxury Insight Council en 2025. Nous tenons à maintenir un dialogue constant avec l'industrie afin d'anticiper les évolutions du marché et d'enrichir en permanence nos programmes et l'expérience étudiante.

La technologie, l'intelligence artificielle et la data transforment déjà les métiers. Comment les intégrer sans perdre l'essence humaine de l'hospitalité?

C. D.: Nous abordons la technologie comme un levier au service de la performance et de l'expérience, jamais comme une finalité en soi. L'intelligence artificielle, la data ou les outils digitaux permettent aujourd'hui d'améliorer l'efficacité opérationnelle, d'affiner la compréhension des attentes clients et de personnaliser davantage les expériences. Ils jouent donc un rôle important dans l'évolution des métiers de l'hospitalité.

P. V.: L'intelligence artificielle, la data et l'automatisation peuvent améliorer l'efficacité et enrichir la personnalisation, mais elles ne remplaceront jamais un sourire sincère, une attention portée au bon moment ou la capacité à créer une relation de confiance. C'est pourquoi nous intégrons ces technologies dans nos programmes, tout en continuant à accorder une place centrale aux compétences relationnelles, qui demeurent le cœur de l'hospitalité et du luxe.



glion.edu



lesroches.edu





L'excellence suisse dans le traitement des dépendances liées à la consommation de substances et aux comportements, du burn-out et des troubles du bien-être mental et émotionnel



YOU ARE UNIQUE AND SO ARE WE

La clinique Les Alpes est un lieu de retraite exceptionnellement intime et isolé. Elle est située dans un cadre naturel d'une beauté exceptionnelle, dans les montagnes, à proximité de la ville de Montreux, en Suisse. La clinique bénéficie en outre d'un emplacement pratique, à proximité de tous les principaux aéroports suisses.

Cette clinique exclusive est entièrement agréée par le ministère suisse de la Santé et prend en charge les patients et leurs familles confrontés à des problèmes de dépendance aux substances et de troubles du comportement, ainsi qu'à des troubles émotionnels et mentaux invalidants, tels que l'anxiété, le stress, la dépression et le burn-out.

La Clinique Les Alpes propose une approche thérapeutique entièrement intégrée, et chaque patient bénéficie d'un programme sur mesure élaboré en collaboration avec l'équipe médicale afin de répondre à ses besoins et à ses attentes spécifiques. L'expertise d'une équipe internationale, hautement qualifiée et pluridisciplinaire, composée de praticiens issus des domaines de la médecine, de la psychiatrie, de la psychothérapie et des médecines complémentaires, est à la disposition des patients et de leurs familles, qui nous sont adressés du monde entier, 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. La clinique est multilingue, l'anglais étant la langue principale.

La Clinique Les Alpes est magnifiquement aménagée et chacune de ses chambres privées avec salle de bains attenante offre une vue imprenable sur le lac Léman, les sommets enneigés et les prairies alpines. Sous le bâtiment principal du château, trois étages ont été creusés dans la roche, baignés de lumière naturelle et abritant des installations médicales et thérapeutiques à la pointe de la technologie, ainsi qu'un étage entièrement dédié à un spa médical complet.

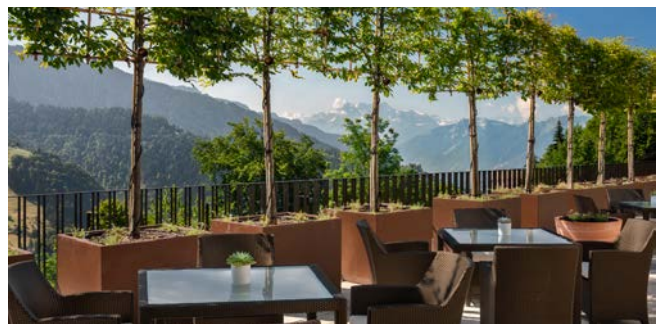
De nombreux établissements prétendent offrir l'excellence. À la Clinique Les Alpes, nous nous sommes donné pour mission de la définir.

Nous sommes là pour vous aider. Contactez-nous en toute confiance à l'adresse suivante :



www.cliniclesAlpes.com

+41 58 360 55 00 +41 76 304 15 58



Alimentation et bien-être animal : un équilibre essentiel

L'alimentation joue un rôle central dans la santé et l'équilibre des animaux, qu'ils soient domestiques ou d'élevage. Au-delà de la nourriture, c'est l'ensemble de leurs conditions de vie et de leurs besoins naturels qui détermine leur bien-être au quotidien.

Le bien-être animal repose sur un ensemble de facteurs étroitement liés, au premier rang desquels figure l'alimentation. Qu'il s'agisse de chiens, de chats ou d'animaux d'élevage, chaque espèce possède des besoins nutritionnels spécifiques qui varient selon l'âge, la taille, le niveau d'activité et l'état de santé.

Une alimentation adaptée contribue au bon fonctionnement de l'organisme. Elle fournit l'énergie nécessaire aux activités quotidiennes, soutient le développement musculaire et participe au maintien des défenses immunitaires. Elle peut également jouer un rôle dans la prévention de certains déséquilibres ou pathologies. Le respect des régimes propres à chaque espèce, carnivore, herbivore ou omnivore, constitue ainsi une base essentielle pour préserver leur santé.



Mais le bien-être animal ne se limite pas à l'alimentation. Il dépend aussi fortement des conditions de vie dans lesquelles évolue l'animal. Un environnement propre, sécurisé et adapté à ses comportements naturels favorise son équilibre physique et psychique. L'accès permanent à une eau fraîche, à des espaces suffisants pour se mouvoir et à des temps de repos adaptés fait également partie des besoins fondamentaux.

Les dimensions comportementales et sociales sont tout aussi importantes. Certaines espèces

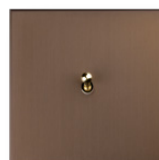
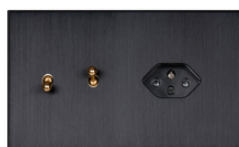
ont besoin d'interactions régulières avec leurs congénères, tandis que d'autres privilégient davantage l'indépendance. Prendre en compte ces spécificités permet de réduire le stress et de favoriser un meilleur équilibre global.

L'observation quotidienne reste un outil précieux pour les propriétaires comme pour les professionnels. Des changements dans l'appétit, le comportement ou le niveau d'activité peuvent être les premiers signes d'un déséquilibre ou d'un problème de santé. Un suivi attentif et des soins adaptés contribuent ainsi à une prise en charge précoce et efficace.

En définitive, le bien-être animal repose sur une approche globale, où alimentation, environnement et compréhension des besoins naturels sont indissociables. Mieux connaître ces besoins permet non seulement d'améliorer la qualité de vie des animaux, mais aussi de renforcer la relation de confiance entre l'humain et l'animal.

Texte SMA

ANNONCE



So élec
L'atelier lumineux

**SO ÉLEC : L'EXCELLENCE
DU DESIGN SUISSE AU SERVICE
DE VOS PROJETS
ET DE VOS ESPACES**

Depuis 2021, So élec transforme interrupteurs et prises en objets de design. Alliant savoir-faire suisse et matériaux nobles, nos créations sur-mesure subliment chaque intérieur, alliant esthétique et performance.

So élec Sarl

Route de Neuchâtel 2

2088 Cressier NE

www.soelec.ch

info@soelec.ch

+41 78 260 29 01



Le partenaire discret des marques d'exception



Laurent Pin
Directeur et CEO

Installé aux Hauts-Geneveys, Le Cercle des Horlogers s'est imposé en une décennie comme un acteur singulier de la haute horlogerie suisse. Spécialisée dans la conception de mouvements sur mesure et de grandes complications, l'entreprise collabore avec des marques de renom pour créer des calibres uniques, où précision, créativité et fiabilité se conjuguent à chaque étape. Rencontre avec son directeur et CEO, Laurent Pin.

Laurent Pin, quel est votre rôle aujourd'hui au Cercle des Horlogers ?

Je suis directeur général depuis 2024. Mon parcours s'est construit dans la mécanique de précision, notamment 17 ans dans l'automobile, où les exigences de qualité et de productivité sont très fortes. J'ai ensuite évolué vers l'horlogerie il y a environ quinze ans, d'abord sur l'habillage puis

sur le mouvement. Cette double expérience me donne une vision à la fois industrielle et horlogère.

Comment décrivez-vous l'activité du Cercle des Horlogers et sa valeur ajoutée ?

Nous concevons des mouvements sur mesure adaptés à chaque client pour refléter l'identité de chaque marque. Nous sommes spécialisés dans les micro-rotors et les grandes complications, notamment les montres qui sonnent. Notre valeur ajoutée est de transformer une base technique en mouvement entièrement personnalisé.

Comment fonctionne votre processus de co-développement avec les marques ?

Tout part d'un bureau d'études intégré qui conçoit les mouvements. Nous fabriquons ensuite les composants en interne grâce à notre atelier d'usinage, puis nous réalisons les terminaisons haut de gamme : anglage, polissage, colimaçonnage, perlage, nuageage, Côte de Genève, soleillage. Enfin, nous assemblons et testons chaque mouvement en laboratoire afin de garantir un haut niveau de fiabilité. L'ensemble de la chaîne est maîtrisé en interne.

La confidentialité est essentielle dans votre secteur. Comment la gérez-vous ?

C'est le client qui fixe le niveau de communication. Dans certains cas, nous ne sommes tout simplement pas visibles. Nous adaptons aussi nos mouvements pour qu'ils ne soient pas reconnaissables d'un client à l'autre, même à partir d'une base commune. Chaque projet doit rester unique et confidentiel.

Quelle place occupent l'innovation et les talents dans votre développement ?

L'innovation est centrale. Nous avons des groupes dédiés et même un concours interne pour faire émerger de nouvelles idées. Côté talents, nous misons sur la progression interne : un horloger peut commencer sur un micro-rotor puis évoluer vers des complications de plus en plus complexes, jusqu'à la répétition minute. Cette évolution est un vrai moteur d'engagement.

Comment voyez-vous évoluer le marché de la haute horlogerie ?

Le marché évolue vers des pièces plus rares, plus confidentielles, destinées à des collectionneurs avertis. On ira vers moins de volume mais plus de complexité et de valeur. C'est exactement dans cette direction que nous nous inscrivons.

—ANNONCE



by allfarm

Swiss Natural

Des aliments de qualité supérieure produits en Suisse et fabriqués selon un procédé unique

100%

de viandes suisses

30% d'humidité

super soft

Croquettes tendres pour une excellente appétence à tout âge

4

Seulement 4 ingrédients naturels principaux pour une excellente tolérance digestive

⊘

Sans céréales

Essayez nos aliments !

swissnatural.ch





+

swiss made

Smell it. Taste it. Love it!



Une nouvelle ère pour le café



Frank Wilde
Head of CoffeeB

Exit le plastique, l'aluminium et les déchets inutiles : la révolution CoffeeB est en marche ! Développée par Delica à Bâle, filiale industrielle du groupe Migros, les boules de café entendent transformer durablement l'univers du café portionné grâce à une innovation majeure : une boule compacte de café moulu, sans capsule, entièrement biodégradable et compostable. Frank Wilde, Head of CoffeeB, revient sur la genèse de cette technologie, ses défis et ses ambitions.

Frank Wilde comment le concept de les boules de café a-t-il vu le jour ?

Delica fait partie du groupe Migros, et nous travaillons sur le développement de cette innovation depuis plusieurs années. L'idée remonte à 2014. Nous partions d'un constat très simple : en Suisse, environ deux tiers des foyers utilisent des systèmes à capsules et sont de plus en plus préoccupés par les déchets qu'ils produisent. Malgré les efforts importants réalisés par les fabricants pour améliorer le recyclage, cela reste un défi majeur, notamment en raison des matériaux utilisés et des habitudes des consommateurs.

Ayant moi-même travaillé dans l'univers du café portionné, notamment chez Nespresso, j'étais convaincu qu'il fallait proposer une alternative radicalement différente. Notre ambition était claire : créer une capsule... sans capsule.

Pour y parvenir, nous avons travaillé en étroite collaboration avec de nombreux partenaires externes, comme la ZHAW à Wädenswil. Le défi était immense : garantir la qualité gustative de la portion de café tout en éliminant complètement la capsule traditionnelle.

Après de nombreuses mois et d'innombrables tests, nous avons développé un prototype doté d'une membrane à base d'algues entièrement biodégradable. Ce développement a nécessité plusieurs années de recherche. En parallèle, nous avons dû concevoir une machine entièrement nouvelle, capable de fonctionner avec cette technologie. Après de nombreux tests, nous avons lancé le système en 2022 en Suisse et France, puis progressivement en Allemagne (2023) et en Italie (2025) avec notre partenaire sous licence illy.

De plus, nous avons réussi à concéder la technologie sous licence à Keurig Dr Pepper, la troisième plus grande entreprise de café au monde, aux États-Unis, au Canada et au Mexique. L'entreprise lancera un système de café en portions similaire (K-Rounds) pour le marché nord américain plus tard dans l'année. Aujourd'hui, cette technologie représente une véritable innovation dans le monde du café portionné.

À quelles attentes des consommateurs CoffeeB répond-il ?

Migros a toujours placé les attentes des consommateurs au cœur de son développement. Nos études ont clairement montré deux préoccupations majeures : l'impact environnemental des capsules et l'approvisionnement durable du café. Les consommateurs apprécient la praticité du café portionné, mais ils sont très sensibles aux déchets générés. Lors de nos tests avant le lancement, 75 % des consommatrices et consommateurs de café en portions en Suisse, Allemagne et France ont indiqué qu'ils pourraient s'imaginer acheter le système CoffeeB.

Nous avons donc construit CoffeeB autour de ces deux exigences fondamentales : offrir une solution sans déchet, tout en garantissant un café d'excellente qualité avec une durée de conservation exceptionnelle.



Le goût reste évidemment central. Nous avons travaillé pendant des années pour proposer des blends comparables aux meilleures références du marché. Notre objectif est de proposer un produit durable, mais aussi accessible au plus grand nombre.

Quelles sont les machines compatibles et où peut-on se les procurer ?

Nous avons développé nos propres machines, spécialement conçues pour fonctionner avec les boules de café. Elles sont disponibles chez Migros, ainsi que chez des distributeurs spécialisés comme MediaMarkt et Fust, et sur des plateformes en ligne comme Migros Online, Digitec, Galaxus, Brack, ainsi que sur notre site officiel. Les boules de café compatibles sont quant à elles disponibles dans tous les supermarchés Migros.

Toute la production est réalisée en Suisse, plus précisément à Birsfelden, à côté de Bâle, où se trouve notre usine de torréfaction. Le café vert arrive du monde entier par le fleuve Rhin jusqu'au port de Bâle, puis est acheminé sur les derniers kilomètres par camion jusqu'à notre site de production. Environ 900 livraisons par an arrivent à notre usine, soit près de trois camions par jour. La torréfaction, le contrôle qualité et la production sont entièrement réalisés sur place. Cela garantit une constance et un niveau d'exigence élevés, qui correspondent aux standards suisses.

Après usage, que deviennent les boules de café ?

C'est l'un des grands avantages de cette innovation : après extraction, les boules de café se gonflent et deviennent friables, ce qui les rend



compostable très facilement. Elle peut être jetée dans un compost domestique ou directement dans la terre, où elle se dégrade rapidement et devient un fertilisant naturel. Ce système permet de réduire considérablement l'impact environnemental du café portionné et de ses contenants habituels comme l'aluminium ou le plastique. Si l'on considère l'ensemble du cycle de vie du produit, l'absence de capsule représente un pas de géant !

D'où proviennent vos cafés et quels sont vos engagements ?

Nous sélectionnons nos cafés dans les grandes régions productrices, notamment au Brésil, au Vietnam, en Colombie, en Indonésie, en Éthiopie, au Honduras, au Mexique ou encore

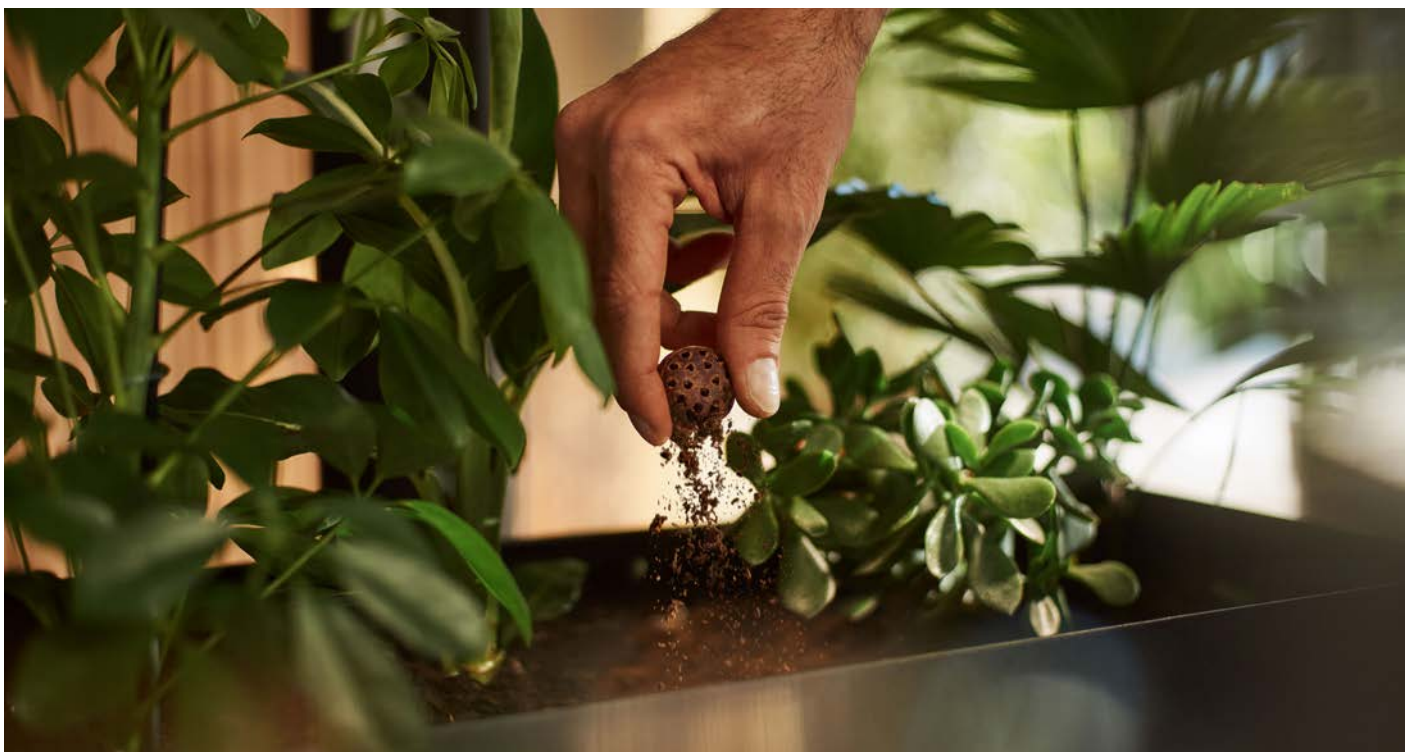
au Pérou. Notre objectif est d'acheter autant que possible auprès de chaînes d'approvisionnement définies, ce que nous réussissons dans 95 % des cas. Tous nos cafés sont ainsi certifiés Rainforest Alliance, ce qui garantit le respect de standards environnementaux et sociaux élevés. La qualité de la matière première est absolument essentielle. Sans un excellent café, aucune technologie ne peut compenser.

Comment garanzissez-vous la qualité suisse de vos produits ?

Les consommateurs suisses sont particulièrement exigeants. Il est donc indispensable de garantir une qualité constante et irréprochable. Tout commence dans notre torréfaction de Birsfelden, où chaque étape du contrôle qualité est suivie avec attention. La production, les machines et le café sont développés de manière constante pour garantir un résultat optimal et linéaire. Notre approche repose sur trois piliers qui influencent directement le résultat en tasse de nos cafés : une machine fiable et performante, un assemblage de café de grande qualité et une chaîne de production parfaitement maîtrisée. Nous cherchons bien entendu à améliorer nos produits en permanence, que ce soit en développant de nouvelles origines ou en affinant nos blends ou en ajoutant de nouvelles marques de café pour offrir de nouvelles saveurs insoupçonnées. Notre objectif avec CoffeeB est simple : offrir une nouvelle façon de consommer du café, plus responsable et sans compromis sur le plaisir.

Interview Alix Senault

coffeeB



Tests de cybersécurité pour le public et les PME

Le site web de l'association économique Suissedigital, www.suissedigital.ch, propose différents tests de cybersécurité destinés à sensibiliser le public et les PME aux dangers du cyberespace.

Dans notre société numérisée, la sécurité dans le cyberespace est primordiale. «C'est la raison pour laquelle nous nous penchons depuis longtemps sur le thème de la cybersécurité», explique Simon Osterwalder, directeur de l'association économique Suissedigital.

Outre des ateliers et des conseils pour ses membres, l'association propose un test en ligne destiné à sensibiliser le public aux dangers du cyberespace. Ce test se décline en deux niveaux de difficulté, pour les utilisateurs débutants (Basic) et expérimentés (Advanced). Grâce à cette approche, toutes les personnes intéressées ont l'assurance de pouvoir contrôler et actualiser leurs connaissances en matière de cybersécurité.

Des PME peu sensibilisées à ce sujet

De plus en plus d'aspects de la vie professionnelle se déroulent de manière numérique. Cela vaut tout particulièrement pour les PME qui, grâce à la numérisation, peuvent organiser leurs processus de manière plus efficace et atteindre plus facilement des clients potentiels. Parallèlement, cela



augmente le risque pour les PME d'être victimes de cybercriminalité. Cependant, ce groupe semble souvent peu sensibilisé à cette question. C'est pourquoi Suissedigital a lancé un autre test en ligne qui permet aux PME de s'auto-évaluer et, au fil du temps, de se comparer à d'autres PME.

Une aide concrète dans la lutte contre la cybercriminalité

Simon Osterwalder est convaincu que le test contribuera de manière importante à ce que les PME prennent conscience des dangers de la cybercriminalité et mettent en place les mesures nécessaires. Les tests de cybersécurité ont été effectués à ce jour plus de 5150 fois (test pour

débutants), 2830 fois (test pour utilisateurs avancés) et 390 fois (test pour PME). Simon Osterwalder déclare: «Nos tests sont populaires parce qu'ils assistent concrètement les utilisateurs et les utilisatrices dans leur lutte contre la cybercriminalité.»

Suissedigital (www.suissedigital.ch)

est l'association économique des réseaux suisses de communication. L'association regroupe environ 170 entreprises, aussi bien privées que publiques, desservant plus de trois millions de foyers en services de radio, télévision, Internet, de téléphonie et autres.



SUISSEDIGITAL

ANNONCE

BENOIT DE GORSKI
by *Caustance*

7 RUE ROBERT-CÉARD | 1204 GENÈVE
+41 22 310 13 13 | www.benoitdegorski.ch
[@benoitdegorski_official](https://twitter.com/benoitdegorski_official)

Une montre qui ne ressemble à aucune autre

Depuis 2011, DWISS repousse les codes de l'horlogerie. Pour son anniversaire, la marque suisse revisite son modèle emblématique à heures vagabondes.

Fondée à Lugano en 2011, DWISS célèbre ses 15 ans en 2026 avec deux éditions spéciales du modèle S1 Wandering Hours, sa pièce la plus ambitieuse à ce jour.

L'affichage à heures vagabondes est l'une des façons les plus intrigantes de lire l'heure. Plutôt que des aiguilles balayant un cadran fixe, deux disques satellites tournent sous le cadran supérieur, chacun portant un chiffre des heures qui parcourt un arc inspiré de l'orbite de la Lune autour de la Terre. L'heure active pointe vers l'échelle des minutes à mesure qu'elle avance, transformant un simple coup d'œil en un véritable moment de mouvement. Le tout est animé par un calibre automatique suisse La Joux-Perret G100 modifié, doté de 68 heures de réserve de marche.

Pour cet anniversaire, DWISS présente deux cadrans inédits. Le premier, en orange vibrant avec un dégradé radial saturé, capte la lumière avec une intensité qui rend la montre immédiatement reconnaissable. Le second, en métal argenté avec un



brossage circulaire et des chiffres bleus, allie précision et élégance discrète.

Les deux modèles partagent le même boîtier coussin Swiss Made en acier inoxydable, à finition sablée et cornes brossées, monté sur un bracelet en caoutchouc FKM DELUGS CTS avec boucle déployante en acier 316L. Chacun est proposé à CHF 2300.

L'intérêt pour le S1 a été immédiat. Lors de son lancement plus tôt cette année, sa première pièce numérotée s'est vendue aux enchères 30% au-dessus du prix de détail.

Chaque édition est limitée à 50 pièces et ne sera jamais rééditée. C'est la règle chez DWISS depuis 2011, la même conviction qui a valu à la marque 34 prix internationaux de design, dont trois iF Design Awards. L'idée est simple : n'importe quelle montre donne l'heure, celle-ci la donne autrement.

Disponible en juillet 2026 sur : [dwiss.com](https://www.dwiss.com)



Truffe du Nord vaudois • Brandreport

La truffe vaudoise, un trésor qui se révèle au grand jour

Dans le nord vaudois, une filière truffière prend doucement racine. Portée par une association pionnière, elle construit pas à pas un véritable écosystème autour d'un produit d'exception.



Depuis 2023, l'Association Première Région Truffière de Suisse (APRTS) œuvre au développement de la culture de la truffe dans le Nord vaudois. En lien étroit avec les associations et les collectivités locales, le projet a déjà permis d'aménager une vingtaine d'hectares de truffières dans la région, et près de 50 hectares d'arbres truffiers dans le canton.

La truffe d'automne, douce et délicate

En Suisse, la truffe d'automne est la variété la plus cultivée. Moins célèbre que la truffe noire du Périgord ou la blanche d'Alba, elle possède pourtant un caractère bien à elle. «Son goût doux, avec des notes de noisettes et de champignons de Paris, est bien loin des arômes denses de chocolat et

de cuir propres à la truffe noire», explique Isabelle Ravet, cheffe du projet truffier. Et d'ajouter : «Sa fragilité en fait un produit résolument frais : elle ne dispose que d'une fenêtre de cinq jours pour exprimer pleinement ses arômes.»

Cette fraîcheur, l'APRTS souhaite la préserver et valoriser. Dès 2027, l'association travaillera à la création d'un label garantissant sa fraîcheur et sa qualité.

Vers une filière nationale

Toujours à l'horizon 2027, un projet plus ambitieux encore verra le jour : une association fédérant l'ensemble des acteurs de la chaîne, des trufficulteurs aux restaurateurs, en passant par les hôteliers, les transformateurs, les vigneron et les professionnels du tourisme, à l'échelle de toute la Suisse. «Notre objectif est de créer une filière nationale, transparente à tous les niveaux», résume Isabelle Ravet.

Partir à la découverte de la truffe vaudoise

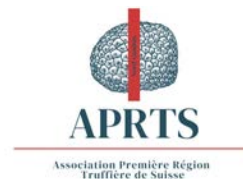
Pour ancrer cette filière sur le terrain, l'APRTS propose 29 visites guidées réparties sur six

sites, en forêt ou en truffière. Cette saison, une nouveauté est proposée au programme : une balade à la recherche de truffes avec Sophie Siffert et son chien, suivie d'une dégustation au feu de bois en pleine nature. Le tout accompagné de vins locaux en AOP Bonvillars ou Côtes de l'Orbe.

Et chaque dernier samedi d'octobre, le marché aux truffes de Bonvillars réunit entre 3000 et 5000 visiteurs autour d'animations et de stands gastronomiques, un rendez-vous incontournable pour les amateurs comme pour les curieux.

Texte Maévane Mas

Plus d'informations sur [truffevaudoise.ch](https://www.truffevaudoise.ch)



Cinq générations, une même obsession : la mécanique du temps

Née en 1901 dans un petit atelier du village du Lieu, l'entreprise familiale Dubois Dépraz célèbre 125 ans d'histoire industrielle et familiale dans la Vallée de Joux. Acteur majeur mais longtemps discret de l'horlogerie suisse, l'entreprise s'est imposée comme un spécialiste incontournable des mécanismes de complications. À travers cinq générations, la famille Dubois a construit une entreprise singulière : indépendante, intégrée, capable de traverser les crises de l'industrie horlogère tout en conservant un positionnement unique entre haute horlogerie et production industrielle.

Naissance d'une mécanique dans la Vallée de Joux

Tout commence dans le village du Le Lieu, en 1901. Marcel Dépraz y installe son premier atelier d'horlogerie au premier étage d'un bâtiment de la Grand-Rue. La Vallée de Joux n'est pas un territoire quelconque : c'est l'un des berceaux historiques de la haute horlogerie suisse, un lieu où la mécanique du temps s'est construite au fil des générations.

Comme le rappelle Jean-Philippe Dubois, le point de départ est directement lié à cette culture locale : « Après son apprentissage d'horloger et son « grand tour », Marcel Dépraz revient dans la Vallée et s'installe comme horloger en 1901 au Lieu. »

Dès le début, le positionnement est clair : les mécanismes complexes. Chronographes, répétitions minutes, quantième perpétuels deviennent le cœur du savoir-faire. « Il s'est immédiatement spécialisé dans les mécanismes complexes ; chronographes, répétitions minutes, calendriers perpétuels, qui constituent la véritable matière de la Vallée. »

Cette orientation n'est pas opportuniste : elle fonde une identité industrielle qui va traverser 125 ans d'histoire.

Une entreprise née de deux familles

L'histoire de Dubois Dépraz est aussi une histoire d'alliance familiale. Très tôt, les lignées Dépraz et Dubois s'entremêlent.

La deuxième génération naît du mariage entre Gabrielle Dépraz et Reynold Dubois. Comme le résume Pascal Dubois : « La famille Dubois entre dans l'entreprise dès la deuxième génération, lorsque Gabrielle Dépraz épouse Reynold Dubois. »

Dans les années 1930, l'entreprise emploie déjà entre 60 et 80 personnes. Elle commence à structurer une véritable organisation industrielle, tout en restant profondément familiale.



Le passage de témoin s'opère progressivement, jusqu'à la transformation en Dubois & Dépraz SA. « La famille Dépraz s'est retirée dans les années 1970, mais nous avons conservé le nom original. » Ce choix symbolise une continuité rare dans l'industrie horlogère.

Une entreprise ancrée dans un territoire horloger unique

La Vallée de Joux est décrite dans l'interview comme le « berceau des complications horlogères ». Cet environnement a façonné toute l'histoire de l'entreprise.

C'est un territoire où la formation technique est structurée depuis longtemps, notamment avec l'ouverture d'écoles spécialisées à proximité dès le début du XX^e siècle.

Jean-Philippe Dubois rappelle que chaque génération de la famille a été formée dans ce même écosystème technique, créant une continuité culturelle forte entre territoire, formation et industrie.

1956 : la naissance de l'ingénierie interne

La troisième génération marque un tournant décisif avec Gérald Dubois, qui crée en 1956 un bureau technique interne. Cette décision transforme profondément l'entreprise.

Elle permet de passer d'un rôle d'exécution à un rôle de conception. Dubois Dépraz devient un acteur d'ingénierie horlogère.

Cette montée en puissance aboutira notamment à des développements majeurs comme le calibre 11, l'un des premiers chronographes automatiques modulaires de l'industrie.

Crise du quartz : survie et diversification

Les années 1970 constituent une rupture majeure. La crise du quartz bouleverse l'ensemble de l'industrie horlogère suisse.

Dubois Dépraz choisit une stratégie de survie industrielle : la diversification.

L'entreprise travaille alors pour d'autres secteurs :

- Industrie ferroviaire
- Aéronautique
- Mécanique industrielle
- Applications techniques diverses

Cette période permet de maintenir l'outil industriel et surtout de préserver les compétences.

Les années 1990 : le retour de la mécanique et la transformation du modèle

À partir des années 1990, l'horlogerie mécanique connaît un retour spectaculaire. Le marché du luxe relance la demande pour les complications.

C'est à ce moment que l'entreprise opère un virage stratégique majeur.

Pascal Dubois résume ce changement : « Au milieu des années 1990, nous avons revu notre modèle pour travailler uniquement directement avec les marques, et non plus avec les fabricants de mouvements. » Ce repositionnement change profondément la structure commerciale et industrielle de l'entreprise. Dans le même temps, la quatrième génération rejoint progressivement l'activité familiale.

Une position unique dans la chaîne horlogère

Pendant longtemps, Dubois Dépraz a occupé une position « en bout de chaîne », comme le décrit Pascal Dubois : « Nous étions en bout de chaîne. » Mais cette position évolue progressivement vers un rôle central dans la conception des systèmes de complications. L'entreprise développe des modules, des solutions techniques et une offre de plus en plus large. « L'un de nos points forts est que nous couvrons environ 150 métiers différents. » Cette diversification interne devient un avantage stratégique majeur.

Indépendance et positionnement

Dubois Dépraz revendique une trajectoire à contre-courant de la consolidation qui a profondément remodelé l'horlogerie suisse depuis plusieurs décennies : celle d'une entreprise restée indépendante, autofinancée et pleinement maîtresse de ses choix industriels. Cette autonomie structure son modèle économique et oriente directement ses décisions d'investissement, notamment dans l'outil de production et le développement des capacités techniques.

Pierre Dubois résume cette position sans ambiguïté : « Nous ne sommes pas à vendre, et tout le monde le sait. Nous sommes autofinancés, nous possédons nos bâtiments et nous sommes largement autonomes. »

Cette indépendance permet à l'entreprise de travailler avec l'ensemble des acteurs de l'horlogerie, sans dépendance capitalistique ni logique de groupe, et sans contrainte d'exclusivité. Elle constitue un levier stratégique dans un environnement où les relations entre donneurs d'ordre et sous-traitants restent souvent déséquilibrées. « Quel intérêt aurait un groupe à nous acheter ? Notre force, c'est justement de ne pas dépendre d'un drapeau particulier. Nous parlons à tout le monde. »

Longtemps discrète, cette neutralité industrielle est désormais pleinement assumée. Elle permet à Dubois Dépraz de se positionner aussi bien sur des volumes industriels que sur des développements de haute horlogerie, avec une flexibilité rare à ce niveau de l'industrie.

Une entreprise industrielle intégrée

Dubois Dépraz est aujourd'hui une entreprise totalement intégrée :

- Conception
- Développement
- Fabrication
- Assemblage
- Contrôle qualité
- Décoration

Avec environ 400 collaborateurs et une production annuelle estimée à plusieurs dizaines de milliers de modules et à un volume très

important de composants horlogers, Dubois Dépraz occupe aujourd'hui une position stratégique dans l'écosystème suisse.

Mais au-delà des chiffres, c'est surtout la capacité d'adaptation qui définit l'entreprise. De la crise du quartz à la montée du luxe mécanique, en passant par la diversification industrielle et le recentrage sur les complications, chaque génération a dû ajuster le modèle sans rompre la continuité.

Cette logique explique la longévité rare de l'entreprise dans un secteur pourtant marqué par les restructurations, les rachats et la concentration.

Haut de gamme et montée en puissance technique

Si l'entreprise reste un acteur industriel majeur, elle est également présente sur le très haut de gamme.

Le développement du DD540, chronographe intégré à roue à colonnes, illustre cette montée en sophistication.

L'entreprise intervient désormais sur des projets complexes destinés aux grandes manufactures horlogères.

Un marché en mutation profonde

Le marché horloger a profondément changé. Les interlocuteurs ne sont plus les dirigeants des marques mais des spécialistes techniques et des fonctions intermédiaires.

Cette évolution accroît la pression sur les délais, les coûts et surtout la qualité.

Par ailleurs, la dimension esthétique des composants prend une importance croissante, notamment dans les grandes séries.

Une discrétion historique en train d'évoluer

Pendant longtemps, Dubois Dépraz a évolué dans l'ombre des marques clientes. Cette discrétion était parfois imposée par les stratégies de communication des grands groupes.

Aujourd'hui, cette invisibilité recule progressivement. L'entreprise commence à être reconnue comme un acteur technique central de la chaîne horlogère.

De 1901 à aujourd'hui, Dubois Dépraz a traversé toutes les grandes phases de l'horlogerie suisse : de l'artisanat initial à l'industrialisation, en passant par la crise du quartz, puis la renaissance de la mécanique et enfin la mondialisation du luxe. À chaque étape, la même logique s'est imposée : adaptation, diversification, recentrage et innovation. Mais surtout, ce qui distingue l'entreprise dans la durée, c'est une continuité

familiale exceptionnelle, assurée sur cinq générations, dans une industrie pourtant profondément marquée par les rachats, les intégrations et les concentrations successives.

125 ans de Dubois Dépraz

1901 : Fondation par Marcel Dépraz au Lieu
 1930s : Structuration familiale et montée en production
 1956 : Création du bureau technique
 1969 : Développement du calibre 11
 1970-80 : Crise du quartz et diversification industrielle
 1990s : Recentrage sur les marques
 2000-2025 : Intégration industrielle et montée en gamme
 2025 : Consolidation des savoir-faire et 125 ans d'histoire

Une famille au cœur de l'organisation

Au sein de Dubois Dépraz, la gouvernance repose aujourd'hui sur une répartition claire entre les quatrième et cinquième générations.

Jean-Philippe Dubois a occupé des fonctions de direction entre 1993 et 2015, intervenant sur des domaines transversaux allant de la logistique aux systèmes informatiques, en passant par la gestion des bâtiments, les ventes et les contrats. Pascal Dubois s'inscrit dans la continuité industrielle et stratégique du groupe, au cœur des décisions opérationnelles.

Pierre Dubois a assuré la direction générale de 2017 à 2024, avant de transmettre les rênes à Raphaël Ackermann, une situation rare dans l'histoire de l'entreprise puisqu'il s'agit seulement du deuxième dirigeant non issu de la famille en plus de cent ans.

La cinquième génération est désormais pleinement intégrée aux activités. Ingénieur de formation, Kevin Dubois travaille sur l'automatisation et l'innovation industrielle. Diane Dubois est engagée dans les fonctions qualité, un domaine clé couvrant les aspects techniques et esthétiques des composants. Enfin, Thibaud Dubois a rejoint récemment la direction financière après une carrière en dehors de l'horlogerie, prenant en charge un rôle stratégique au sein du groupe.

Maisons du leman



Living
Beautifully

Maisons du Lemman est un acteur créatif et dynamique de l'immobilier en Suisse romande, reconnu pour la qualité architecturale de ses réalisations et pour les relations de confiance construites avec ses clients au fil des années.

www.maisonsduleman.ch

DÉCOUVREZ NOS PROJETS



WE ARE SCIENTISTS OF TIME

DRIVEN BY OUR CORE DESIGN PRINCIPLE

OF TRANSPARENT MECHANICS

OUR CREATIONS REVEAL THE ESSENCE OF TIME PERCEPTION

THROUGH COMPLEX HANDCRAFTED MOVEMENTS

SCIENCE OF MOVEMENT

ARMIN STROM

MIRRORED
FORCE
RESONANCE
ICE BLUE



BUCHERER 1888

BUCHERER Genève | 45, Rue du Rhône | T. +41 22 319 62 66

A

S



Image: iStockphoto/DKosig

Calcaire: la solution suisse qui allie intelligence et respect de l'eau

Vos factures d'énergie qui grimpent sans raison? La durée de vie de votre machine à laver qui vous préoccupe? Le coupable est souvent le même, discret dans les canalisations mais bien visible sur les robinets, les parois de douche et les appareils électroménagers: le calcaire. Un problème que connaissent bien des ménages en Suisse. Pendant longtemps, la réponse quasi unique fut l'adoucisseur à sel. Efficace, certes, mais au prix d'une eau dénaturée, privée de ses minéraux, et d'une contrainte logistique non négligeable.

Mais faut-il vraiment choisir entre la protection de ses installations et la qualité de son eau de boisson? Une PME argovienne, TRATSON, a décidé de changer de paradigme. Son approche? Pas de chimie, pas de sel, mais de l'ingénierie pure, dans la plus authentique tradition suisse du travail bien fait. L'entreprise de Birmenstorf ne vend pas une solution miracle, mais une technologie pensée, adaptée et fabriquée en Suisse.

Leur innovation, la Physical Inductive Technology (PIT), a fait l'objet d'une validation scientifique dans le cadre d'une thèse de doctorat déposée à l'École polytechnique fédérale de Zurich (EPFZ), et ses résultats ont été documentés par l'OFEPF (aujourd'hui OFEV). Le principe est d'une intelligence redoutable: au lieu de retirer le calcaire, on le neutralise. Grâce à des impulsions électromagnétiques précises, sa structure cristalline est modifiée pour qu'il ne puisse plus former de dépôts incrustants. Le calcium et le magnésium, essentiels à notre organisme, sont intégralement préservés. L'eau reste potable, naturelle, mais devient inoffensive pour vos tuyaux et appareils.

Ce qui distingue l'approche de TRATSON, c'est le sur-mesure. Là où d'autres proposent

un boîtier standard, l'entreprise suisse analyse la situation spécifique de chaque client: dureté de l'eau, matériau des conduites, taille du réseau. Le système est ensuite calibré précisément pour une efficacité maximale. Cette logique d'ingénieur se retrouve dans le nouveau panneau de commande à écran tactile, qui permet de visualiser et d'ajuster les paramètres en toute transparence. Fini la «boîte noire» opaque, place au contrôle et à la performance vérifiable.

Un autre point clé, souvent négligé, est que le système fonctionne en continu, que l'eau s'écoule ou non. Un détail? Pas vraiment, quand on sait que dans une maison, l'eau est stagnante plus de 90% du temps. C'est cette attention aux conditions réelles d'utilisation qui fait la différence entre un gadget et un système réellement efficace.

TRATSON pousse la logique jusqu'au bout en proposant des options qui ont du sens. Un capteur de débit, par exemple, qui ajuste la puissance en fonction de la consommation réelle, optimisant ainsi la facture d'électricité. Ou encore une fonction de «vitalisation» de l'eau, qui reproduit les tourbillons naturels des cours d'eau pour en améliorer la perception sensorielle. Une touche de bien-être qui complète la performance technique.

Avec une garantie fabricant de dix ans et une garantie de satisfaction de 365 jours, l'entreprise assume pleinement la performance de sa technologie, une posture rare, qui dit beaucoup sur la confiance qu'elle place dans son propre produit. C'est peut-être cela, la véritable définition de la qualité suisse en 2026: une technologie de pointe, une fabrication locale, une approche client personnalisée et une responsabilité assumée sur le long terme. Une alternative crédible et intelligente, qui prouve qu'on peut allier performance technique et respect de nos ressources.

Exclusivement pour les lectrices et lecteurs de Bilan: Avec le code **BILAN12**, bénéficiez de 12% de rabais sur votre commande jusqu'à fin septembre 2026 sur www.tratson.ch/fr



L'innovation en matière de protection contre le calcaire sans sel.

Une protection anticalcaire efficace et bon marché «Made in Switzerland»



Les enjeux du Risk et de la Compliance en Suisse dans la gestion de fortune



Stéphane Hofer
Partner

Stéphane Hofer, pourquoi le Risk et la Compliance sont-ils devenus si stratégiques dans la gestion de fortune en Suisse ?

Aujourd'hui, on n'aborde plus le Risk et la Compliance comme de simples fonctions de contrôle voire des appendices administratifs. Ces fonctions structurent désormais le business model lui-même. Accepter un client, fançonner une relation, choisir une juridiction, lancer une offre digitale, référencer un produit durable, externaliser une fonction critique ou utiliser l'intelligence artificielle sont des décisions qui ont toutes une dimension Risk & Compliance.

Dans son processus d'autorisation, la FINMA a été dans le détail, s'agissant de la description des activités des gestionnaires de fortune, y compris pour les petits. Un changement apparaissant comme mineur tel le lancement d'un certificat activement géré (AMC) ou une gestion plus active de la trésorerie de l'établissement implique la modification des directives internes ou de la matrice des risques et leur validation par la FINMA et donc l'appui des fonctions Risk & Compliance.

De plus, le centre de gravité des attentes prudentielles actuelles ne consiste plus seulement à « respecter la règle », mais à démontrer que l'établissement comprend ses vulnérabilités, les encadre par des contrôles adéquats, les documente et peut les défendre face au régulateur, à l'auditeur et au client.

Ces attentes constituent des charges très lourdes, certes pour les grands établissements mais également pour les petits acteurs. Imaginez que des gérants de fortune avec quelques dizaines de clients sous gestion font désormais l'objet de rapport d'audit prudentiels annuels de plus de 80 pages, en sus des rapports trimestriels du Risk & Compliance Officer. Il faut donc rester pragmatique, hiérarchiser les priorités et aller à l'essentiel.

Quels sont aujourd'hui les principaux risques pour les gérants de fortune ?

Je dirais le risque de contrôle lui-même. D'une

manière générale, on constate un écart entre la procédure et la réalité. Certains gérants disposent de politiques solides et très bien rédigées, mais vacillent lorsqu'il s'agit d'exécuter les écrits. Le défi n'est plus seulement d'avoir des contrôles, mais de démontrer qu'ils fonctionnent réellement en relation avec les risques que l'on a bien voulu prendre. Cela demande, lors de la définition du business model et la rédaction des directives internes, de prendre également en compte le coût en ressources du dispositif de contrôle requis.

Pour les petits acteurs, le pragmatisme est essentiel dans ce domaine.

Qu'en est-il des cyberrisques ?

Une cyberattaque ou une fuite d'informations peut dissoudre ce qui a demandé des décennies à être construit. Il faut donc être très prudent dans ce domaine. Mais le risque de manquer une opportunité dans le développement de services digitaux se fait jour avec une clarté de plus en plus intense. La génération actuelle de clients et ses héritiers dans le monde de la gestion de fortune n'admet plus qu'un établissement financier soit en retrait sur le terrain digital. C'est un défi titanesque pour les différents acteurs qui se trouvent convoqués par l'urgence de développer leurs stratégies digitales. Ces dernières sont très gourmandes en ressources et placent les établissements sur des terrains parfois méconnus en termes de risques.



Le centre de gravité des attentes prudentielles actuelles ne consiste plus seulement à respecter la règle.

– Stéphane Hofer,
Partner

Qu'en est-il de l'ESG et du greenwashing ?

Il est certain que l'ESG est devenu un sujet. Toutefois il me semble que, s'agissant de la protection de l'environnement en particulier, nous avons une marge de progression abyssale.

Il ne suffit plus d'énoncer une offre durable en la revêtant d'un discours d'apparat pour satisfaire le régulateur ou le client, certes. Nous avons donc franchi une étape chez les grands établissements ou gérants de fonds. Mais je pense que l'on est encore bien loin de véritablement pouvoir prouver que les préférences des investisseurs ont été correctement mises en œuvre.

Un tel travail requiert que soit maîtrisée la réelle empreinte environnementale laissée par les cibles d'investissement.

Un tel travail ne peut, sous peine de se voir facilement requalifié en fanfaronnade grossière, être effectué que par des personnes qui comprennent réellement l'empreinte environnementale laissée par les entreprises.

Il me semble que ces qualités ne soient pas l'apanage des politiciens législateurs, des financiers ou des risk/compliance officers d'ailleurs.

Qu'attend-on aujourd'hui d'un bon dispositif Risk & Compliance ?

Chez les gérants de fortune, le dispositif doit rester lisible et proportionnel. Il vaut mieux avoir trois contrôles que l'on réalise avec efficacité que dix contrôles dont l'exécution est bâclée par manque de temps.

Identifier avec la direction les risques auxquels un établissement est exposé est fondamental car cela permet de mettre en place un dispositif adapté et sur mesure. Et cela réduit la probabilité que le Risk & Compliance Officer se retrouve parfois « à côté de plaque ». Cette culture de responsabilité partagée entre le front, le management et les fonctions de contrôle est fondamentale à mes yeux. Il est d'ailleurs bien plus agréable et enrichissant de travailler ainsi.

Comment voyez-vous l'avenir ?

Les prochaines années seront sans doute marquées par des exigences plus tranchantes en termes de démonstration et de contrôle. Il faudra encore évoluer dans la façon de rendre compte de notre travail.

Encore une fois, un Risk & Compliance qui comprend les défis du business et un Management à l'écoute des risques est un tandem qui peut s'affranchir de tous les obstacles.

Plus d'informations sur :
[in-compliance.ch](https://www.in-compliance.ch)



inCompliance.

vision d'extérieurs



Eric Ménager, Fondateur

UNE SUCCESS-STORY ROMANDE

Référence incontournable de l'aménagement extérieur en Suisse romande depuis plus de 16 ans, **Vision d'extérieurs a installé plus de 1000 pergolas bioclimatiques**. Avec 3 showrooms de référence, l'entreprise franchit aujourd'hui de nouveaux caps majeurs : le lancement de sa propre ligne de piscines, le « Bassin Vision », et une expansion ambitieuse jusqu'à Dubaï.

Vision d'extérieurs fête ses 16 ans d'existence. Quel regard portez-vous sur le chemin parcouru sous le ciel romand ?

Ces seize années ont été celles d'une magnifique évolution, guidée par une idée simple : faire de l'extérieur un prolongement évident et confortable de l'habitat. Le marché a énormément mûri. Aujourd'hui, la terrasse n'est plus un simple espace d'été, c'est une pièce de vie à part entière, utilisable une grande partie de l'année. Si nous avons récemment franchi le cap symbolique des **1 000 pergolas bioclimatiques** installées en Suisse romande, c'est parce que nous avons su allier la rigueur technique helvétique à une vraie sensibilité esthétique. Chaque projet est unique.



Vous parlez de proximité. Comment se traduit-elle concrètement pour vos clients ?

L'accompagnement de proximité est dans notre ADN. L'entreprise a déployé son univers à travers trois points d'ancrage clés, pensés comme de véritables espaces d'inspiration :

Etoy, au cœur de la dynamique lémanique.

Martigny, pour répondre aux exigences architecturales et climatiques du Valais.

Farvagny, pour rayonner sur l'axe fribourgeois et romand.

Ces trois showrooms ne sont pas de simples espaces de vente ; ce sont des laboratoires d'idées où les futurs acquéreurs peuvent toucher les matériaux, tester la technologie bioclimatique, imaginer une cuisine d'été, un carport en aluminium, une mini-piscine ou un spa de prestige.



3 SHOWROOMS
POUR VOUS
CONSEILLER
VAUD
VALAIS
FRIBOURG



Votre offre s'est considérablement élargie au-delà de la pergola et du carport en aluminium. Vous signez désormais le « Bassin Vision ». Pourquoi ce virage vers l'univers de la piscine ?

C'est une suite logique, presque une évidence dictée par nos clients. Lorsqu'on conçoit une structure bioclimatique, une cuisine d'été ou un pool house, l'élément aquatique s'impose naturellement au cœur de la réflexion. On nous demandait souvent si nous pouvions gérer l'ensemble du projet pour garantir une harmonie visuelle et une exécution parfaite. Avec le Bassin Vision, nous apportons notre propre signature et nos standards d'exigence au monde de la piscine et de la mini-piscine. Nous proposons désormais une approche globale « clés en main » : de l'ombre à l'eau, tout est pensé par un interlocuteur unique.

Ce savoir-faire romand s'exporte puisque vous venez d'ouvrir une succursale à Dubaï sous le nom de Pergola Swiss Concept. Qu'est-ce qui a motivé cette expansion internationale ?

Dubaï est un marché fascinant, synonyme d'excellence architecturale, mais c'est aussi un environnement où les conditions climatiques sont extrêmes. Là-bas, se protéger du soleil et créer des oasis de fraîcheur est un enjeu quotidien. Y implanter **Pergola Swiss Concept** est un formidable défi. La rigueur du « Swiss Quality », notre maîtrise de la technicité des matériaux et notre sens du design épuré y sont perçus comme de vrais gages de fiabilité. C'est une fierté de faire rayonner l'expertise développée en Suisse romande sur une scène internationale aussi compétitive.



Pergolas bioclimatiques installées en Suisse Romande

Pour votre projet, choisissez **Vision d'Extérieurs**, la marque suisse de pergolas bioclimatiques.

WWW.VISIONDEXTERIEURS.CH - WWW.PERGOLABIOCLIMATIQUE.CH



Un village transformé en galerie à ciel ouvert

Dans le Val-de-Travers, Art Môtiers 2026, une exposition à ciel ouvert, transforme tout un village en galerie vivante, portée par la création contemporaine suisse.

Pour la neuvième fois, Art Môtiers revient animer le Val-de-Travers (Neuchâtel) tout au long de l'été, du 20 juin au 20 septembre.

Cette galerie à ciel ouvert marque les esprits depuis plus de 40 ans par sa singularité. Si la Suisse excelle dans des secteurs emblématiques tels que l'horlogerie, l'hôtellerie ou la pharmacie, elle met ici en lumière une autre richesse: sa capacité d'innovation et sa créativité artistique. Les œuvres disséminées entre le village millénaire et ses forêts alentours sont des créations 100% «Made in Switzerland», portées par 33 artistes et collectifs suisses ou vivant en Suisse. Ce choix témoigne d'un vivier artistique suffisamment riche pour proposer une programmation de qualité, et ce depuis des décennies. Les visiteurs pourront notamment découvrir les œuvres d'Olaf Breuning et de Pipilotti Rist, parrain et marraine de cette édition.

L'exposition se distingue également par son fort ancrage territorial. Ayant visité, et parfois même habité les lieux au cours des derniers mois, les artistes se sont inspirés de la région pour leurs créations. Celles-ci jouent ainsi avec les différentes typologies offertes par le site, son histoire, ses traditions, mais aussi ses personnalités, ses mythes et ses légendes. De Jean-Jacques Rousseau à l'absinthe, de l'horlogerie à son prieuré bénédictin, de ses cascades à ses forêts, le village de Môtiers ouvre un champ des possibles pleinement exploité par les artistes.

Cela permet d'aborder de nombreuses facettes de l'art contemporain, allant de la sculpture à la peinture, de l'installation à l'intervention sonore, une diversité rendue possible par le format en plein air, qui permet de s'extraitre du cadre traditionnel du musée.

La population du village est également au cœur du projet, ce qui le rend sans doute si

unique. Durant tout un été, c'est un village entier qui se met à disposition de l'art contemporain, en accueillant des œuvres dans les jardins, en aidant à leur montage, en cuisinant pour les artistes ou encore en tenant la billetterie. C'est cet engagement bénévole unique et précieux qui permet d'accueillir des dizaines de milliers de visiteurs chaque été.

Une célébration de l'art, du territoire et du talent suisse, à découvrir tout l'été au cœur du Val-de-Travers.

©P. Simon-Vermot & E. Pellissier



Infos pratiques

Horaires:
mardi-dimanche de 9h15 à 18h (fermé le lundi)

Tarifs:
adultes CHF 15.- | tarif réduit CHF 10.- | enfants dès 8 ans CHF 5.-

Plus d'informations sur:
artmotiers.ch



GUILLAUME
BICHET
ARTISAN CHOCOLATIER SUISSE

PRINCESSE
N° 3

GUILLAUME
BICHET
ARTISAN CHOCOLATIER SUISSE

PRINCESSE
N° 3

GUILLAUME
BICHET
ARTISAN CHOCOLATIER SUISSE

PRINCESSE
N° 3

PRINCESSE
N° 3

L'art du chocolat suisse d'exception
pour vos cadeaux d'entreprise

Présente dans toute la Suisse romande, notre Maison
imagine des créations chocolatées raffinées et personnalisées
pour marquer durablement vos relations d'affaires.

Contactez notre équipe à votre service :
commandes@guillaume-bichet.ch



L'art de transformer les espaces avec la technologie

Dans un monde où la technologie façonne notre quotidien, Ojea Electronics s'est imposé en Suisse comme un acteur incontournable de l'automatisation et de la domotique. Fondée par Kevin Ojea, l'entreprise suisse transforme les bâtiments en espaces intelligents, alliant confort, sécurité et performance énergétique grâce à des solutions sur-mesure.

L'histoire d'Ojea Electronics est avant tout celle d'un entrepreneur visionnaire. Kevin Ojea, fort de plus de 15 ans d'expérience dans l'électronique et l'informatique, a toujours eu le goût de l'innovation et de la précision. Très tôt, il s'intéresse aux nouvelles technologies et aux possibilités infinies qu'offre la domotique. Lorsqu'il décide de créer sa propre entreprise, son objectif est clair : proposer des solutions sur-mesure, performantes et adaptées aux besoins spécifiques de chaque client. Dès ses débuts, Ojea Electronics se distingue par son approche personnalisée. Là où d'autres entreprises privilégient des systèmes standardisés, Kevin Ojea mise sur l'adaptabilité et l'écoute. Qu'il s'agisse de conseils, d'études, d'expertises, ou d'installations, le jeune dirigeant comprend que chaque projet est unique et nécessite une étude approfondie pour garantir une intégration fluide et efficace des nouvelles technologies dans l'environnement de ses clients. Cette philosophie sera le socle de la réussite de l'entreprise.

Une expertise reconnue dans la domotique et la gestion de réseaux

Depuis sa création, Ojea Electronics s'est spécialisée dans plusieurs domaines clés : les solutions de domotique, l'automation et la gestion de réseaux pour les professionnels et particuliers suisses. «Le réseau est la colonne vertébrale des installations. Internet, audio, vidéo, objets connectés mais également sécurité en dépendent. Aujourd'hui le réseau est omniprésent et c'est pour cette raison qu'il doit être parfaitement organisé. Notre expérience nous permet de proposer les solutions les plus fiables et efficaces en fonction des besoins des clients» rappelle Kevin Ojea. Le savoir-faire de l'entreprise s'étend de la vente à l'installation, en passant par la maintenance et le support technique. Qu'il s'agisse d'une maison connectée, d'un immeuble de bureaux ou d'un espace commercial, l'entreprise conçoit des infrastructures intelligentes et performantes. «Nous proposons aussi des solutions adaptées. Notamment grâce à notre expérience et notre motivation, nous pouvons proposer une synchronisation totale des domiciles selon les envies. Stores, chauffage, multimédia, tous les composants peuvent être automatisés et contrôlés à l'aide d'une interface simple et intuitive». La domotique, en particulier, est en effet un secteur où Ojea Electronics excelle. Grâce à des technologies avancées et des systèmes intuitifs, elle permet d'optimiser la gestion de l'éclairage, du chauffage, de la sécurité et des équipements multimédias. «La sécurité? Nous



proposons aux clients soit d'intégrer le système de sécurité au système domotique, soit une unité complètement séparée, liée ou non avec l'agence de sécurité de leur choix». Une maison devient ainsi un espace intelligent, capable de s'adapter aux habitudes et aux préférences de ses occupants. Ce niveau d'automatisation apporte un confort inégalé. En parallèle, l'entreprise est experte en infrastructures réseau, essentielles pour garantir une connectivité fluide et fiable. Dans une ère où le télétravail et le streaming sont devenus la norme, disposer d'un réseau performant n'est plus un luxe, mais une nécessité. Ojea Electronics assure l'installation et l'optimisation de réseaux filaires et sans fil, garantissant ainsi une expérience utilisateur sans compromis.

L'innovation au cœur du développement

L'un des piliers de la réussite d'Ojea Electronics repose sur son engagement constant envers l'innovation. Consciente que le secteur évolue rapidement, l'entreprise ne cesse de se former aux nouvelles technologies et d'investir dans des solutions de pointe. Cette quête d'excellence a mené Ojea Electronics à devenir un centre de formation certifié KNX en 2019. KNX, reconnu comme le standard mondial de l'automatisation des bâtiments, permet une gestion intelligente et centralisée des équipements. En formant des professionnels aux niveaux Basic, Advanced et Tutor, l'entreprise contribue au développement du secteur et partage son expertise avec d'autres acteurs de la domotique. En outre, Ojea Electronics s'associe avec des partenaires stratégiques pour enrichir son offre. «Nous sommes des spécialistes dans notre domaine, ce qui fixe aussi des limites à nos compétences. C'est pour cette raison que nous faisons appel à des partenaires tels qu'électriciens et autres corps de métiers qualifiés afin de réaliser les projets dans les meilleures conditions possibles et sans autres intervenants» souligne Kevin Ojea.

Un modèle fondé sur la qualité et la satisfaction client

L'ADN d'Ojea Electronics repose sur un principe fondamental : la satisfaction du client. Chaque projet est mené avec rigueur, depuis l'étude initiale jusqu'à la mise en service des équipements. L'entreprise s'engage à offrir un service sur-mesure, basé sur une compréhension approfondie des attentes et des contraintes de ses clients. Cette approche centrée sur la qualité a permis à Ojea Electronics de gagner la confiance de nombreux particuliers et professionnels en Suisse. Son expertise, y compris en matière de sécurité, est aujourd'hui reconnue, et son savoir-faire lui vaut une clientèle fidèle qui n'hésite pas à recommander ses services.

Une entreprise en constante évolution

Au fil des années, Ojea Electronics a su s'adapter aux évolutions du marché et aux besoins changeants de sa clientèle. L'entreprise est aujourd'hui installée à Bouveret et regarde vers l'avenir avec ambition. Car si Ojea Electronics continue d'innover, d'élargir son champ d'action et de perfectionner ses services, son objectif reste le même : offrir des solutions intelligentes, performantes et adaptées aux défis technologiques de demain. En moins d'une décennie, l'entreprise s'est imposée comme une référence incontournable en matière de domotique et de réseaux en Suisse. À travers ses services et ses formations, elle façonne l'avenir de la domotique et contribue à rendre les espaces de vie et de travail toujours plus intelligents, connectés et confortables.

Ojea Electronics

Route des îles 62 (Box30)
1897 Bouveret

+41275190149

kevin.ojea@ojeaelectronics.ch
ojeaelectronics.ch



Pleins feux sur les PME: Pour une solution de prévoyance optimale avec Tellco

Lorsque le personnel qualifié manque, les conditions d'embauche attrayantes prennent de plus en plus d'importance. Dans ce cadre, la prévoyance professionnelle joue un rôle essentiel. Les entreprises qui offrent à leur personnel des solutions de prévoyance flexibles et de qualité renforcent leur position sur le marché. Tellco pk comprend les besoins spécifiques des entreprises et propose des solutions sur mesure qui peuvent être adaptées aux exigences individuelles.

Des stratégies personnalisées pour les besoins individuels

Le paysage des PME suisses présente une impressionnante variété d'entreprises de tailles et de secteurs différents. Elles ont toutes des objectifs et des défis différents et, en tant qu'employeurs responsables, elles recherchent une solution de prévoyance qui réponde à leurs exigences. Les PME sont au centre des préoccupations de Tellco. Des solutions sur mesure sont possibles, indépendamment de la taille et du secteur.

«Notre longue expérience avec des PME de différents secteurs fait notre force. Cela nous permet de vous proposer la meilleure solution possible», explique Alain Grand, Responsable technique de la prévoyance chez Tellco Banque SA.

La fondation collective Tellco pk ne mise pas seulement sur des solutions de prévoyance individuelles, mais offre également à sa clientèle la plus grande flexibilité possible. Tellco pk propose aux entreprises de choisir entre trois solutions de prévoyance sur mesure: PRO, PULSE et INDIVIDUA. Elles se distinguent par leurs stratégies de placement, orientées vers la sécurité ou vers le rendement, et offrent la possibilité de définir soi-même certaines composantes de la solution de caisse de pension.

- **PRO** met l'accent sur la stabilité. Grâce à son approche dynamique de la gestion des risques et à sa part d'actions de 28%, PRO est la solution idéale pour une clientèle orientée sur la sécurité.
- **PULSE** s'adresse à une clientèle axée sur le rendement. Avec une part d'actions de 45%, les personnes assurées profitent de la croissance à long terme des marchés des actions.
- Pour **INDIVIDUA** une approche sur mesure est au premier plan. Du choix de la stratégie de placement à la banque de dépôt, c'est vous qui décidez. Cette solution est surtout destinée aux PME de grande taille à partir d'un capital de placement d'environ CHF 20 millions.

Flexibilité et adaptabilité

Tellco pk sait que les besoins des entreprises peuvent évoluer au fil du temps. Elle offre donc une flexibilité maximale: les entreprises peuvent modifier gratuitement leurs solutions de prévoyance chaque année. De plus, les primes d'épargne ne sont dues qu'en fin d'année, ce qui permet une planification plus sûre. Des intérêts de 1,25% sont accordés sur les paiements anticipés.

Une gestion efficace grâce à la numérisation

Grâce aux outils numériques comme l'application en ligne iTellco, les entreprises et les courtiers peuvent réduire leur charge administrative au minimum. iTellco permet de modifier à tout moment toutes les solutions standards et individuelles, de télécharger des documents et de consulter les mouvements des comptes. L'application web ePlix offre en outre aux personnes assurées un accès sécurisé et permanent à leurs données de prévoyance, notamment à leur certificat de prévoyance personnel. La nouvelle plateforme en ligne Tellco Vorsento permet également d'ouvrir et de gérer simplement des comptes de libre passage ainsi que des comptes du pilier 3a.

Un conseil personnalisé pour des solutions sur mesure

Chez Tellco, on met l'accent sur le contact personnel. Grâce à des consultations personnalisées, il est possible de discuter d'exigences spécifiques et de trouver rapidement des solutions appropriées. «Nous prenons le temps de comprendre ce dont une entreprise a vraiment besoin. Nous trouvons ainsi la solution de prévoyance optimale», déclare Alain Grand. Les entreprises peuvent ainsi offrir à leur personnel une prévoyance attrayante et profiter de conditions et d'avantages intéressants.

Des stratégies de placement durables pour des rendements à long terme

Tellco pk accorde de l'importance à une stratégie de placement durable et axée sur la sécurité, qui permet en même temps des rendements intéressants. «Les investissements durables constituent les fondations de notre philosophie de prévoyance chez Tellco pk. C'est pourquoi nous nous engageons fermement en faveur de la stratégie énergétique 2050 de la Confédération et mettons systématiquement en oeuvre notre stratégie de décarbonisation: nous excluons les participations à l'extraction et au traitement du charbon. A la place, nous investissons de manière ciblée dans les énergies renouvelables et les projets d'efficacité énergétique. Le transport ferroviaire et la préservation des ressources naturelles sont également au centre de nos préoccupations. Nous planifions et gérons nos portefeuilles immobiliers selon des principes stricts de durabilité. Parallèlement, nous travaillons à réduire davantage l'empreinte écologique

de nos installations d'accueil. Depuis 2024, Tellco pk bénéficie de la notation "Good Practice" de l'Alliance Climatique Suisse. En 2025, nous avons publié pour la première fois un rapport de durabilité conformément aux principes de l'ASIP, afin de garantir la plus grande transparence de nos activités de prévoyance», rappelle Alain Grand.

Un conseil sans engagement

Profitez d'un conseil gratuit et découvrez la solution de prévoyance optimale pour votre entreprise. Tellco pk se tient à vos côtés en tant que partenaire fiable et vous aide à assurer la meilleure prévoyance possible pour votre personnel.



Alain Grand, Responsable technique prévoyance à la Tellco Banque SA

Tellco pk est l'une des caisses de pension principales du marché suisse. Elle connaît une croissance continue et compte actuellement près de 10'000 entreprises affiliées et près de 100'000 personnes assurées. Elle gère des actifs de clientèle d'environ CHF 5,07 milliards à la fin de l'année 2025. La structure d'âge jeune de la caisse de pension est remarquable: l'âge moyen des femmes assurées s'élève à 41,5 ans et celui des hommes assurés, à 40,6 ans.

Le rapport entre personnes actives et bénéficiaires de rente de Tellco pk est donc favorable: il y a un bénéficiaire de rente pour 17 personnes actives (tous les chiffres à fin 2025).



Scannez le code QR et découvrez tous les détails sur notre site Internet!

La cosmétique suisse à l'heure de la longévité



Dr. Pauline Burgener
Docteure en biologie

Docteure en biologie, Pauline Burgener a repris la clinique et le laboratoire du docteur Marc Burgener avant de développer Dr Burgener Switzerland. Présente dans des spas d'hôtels de prestige, la marque suisse a fait de la longévité de la peau son expertise, avec une approche fondée sur l'analyse de la peau, des cheveux, du microbiote et de l'épigénétique. Objectif: mieux comprendre l'âge biologique, mesurer l'influence du mode de vie sur l'état général de santé, puis mettre en place un programme de soins et des produits personnalisés.

Docteure Burgener, votre parcours scientifique est au cœur de la marque. Comment a-t-il nourri son développement ?

Je suis biologiste, avec une rigueur scientifique liée à la recherche. J'ai fait un doctorat puis un post-doctorat en Suisse, et travaillé près de dix ans sur les cellules de la peau pour comprendre les mécanismes du vieillissement. Par la suite, j'ai repris la clinique de chirurgie plastique de mon beau-père, le docteur Marc Burgener, ainsi que son laboratoire. Il était l'un des pionniers de la chirurgie plastique et développait déjà des produits cosmétiques pour sa clientèle. J'ai repris cet ensemble pour développer Dr Burgener Switzerland.

Qu'est-ce qui fait l'identité suisse de Dr Burgener Switzerland ?

Elle tient d'abord à une exigence d'excellence. La Suisse est associée à la technologie et à l'innovation, et c'est dans cet esprit que nous développons nos produits. J'ai mon propre laboratoire: je formule moi-même avec mes équipes les produits et je choisis les actifs qui les composent. Nous privilégions toujours des ressources suisses, comme l'eau des glaciers, les edelweiss et les extraits de plantes suisses. Nous les associons ensuite à des ingrédients les plus innovants de la biotechnologie, tels que les peptides, les exosomes, les cellules souches ainsi que le collagène et l'acide hyaluronique. C'est cette alliance entre actifs naturels et technologies avancées qui caractérise Dr Burgener Switzerland.

Où trouve-t-on aujourd'hui vos soins ?

La marque est présente à l'international, dans une cinquantaine de spas, au sein d'hôtels partenaires très exclusifs. Nous travaillons notamment avec de nombreuses marques prestigieuses telles que les Four Seasons, les Six Senses, le mythique Royal Mansour au Maroc, et bien d'autres. En Suisse, nous sommes présents dans des lieux exclusifs comme le Badrutt's Palace à St. Moritz, l'Alpina à Gstaad, le Six Senses Crans-Montana, le Bürgenstock à Lucerne, le W Verbier, le Royal Savoy à Lausanne et notre premier partenaire prestigieux en Suisse, le Four Seasons Hotel des Bergues Genève.

On ne peut pas arrêter le vieillissement, mais on peut agir sur la manière de vivre pour mieux vieillir.

– Dr. Pauline Burgener,
Docteure en biologie

Pourquoi parlez-vous davantage de longévité que d'anti-âge ?

On ne peut pas arrêter le vieillissement, mais on peut agir sur la manière de vivre pour mieux vieillir. C'est ce qu'on appelle l'épigénétique qui influence 70 % de notre vieillissement. Au niveau de la peau nous n'agissons plus seulement sur l'hydratation et le collagène mais sur la sénescence des cellules et au niveau des mitochondries. Nous lançons prochainement une ligne de produits cosmétiques ainsi que des protocoles de soins qui vont stimuler les mitochondries et freiner la mort cellulaire. Le sens du better aging aujourd'hui permet d'améliorer la qualité des années qui passent.

Comment cette personnalisation se traduit-elle concrètement ?

Dans les spas où nous sommes présents, nous réalisons une analyse de peau avec des sondes. Elle permet d'évaluer l'hydratation, les lipides et l'élasticité ainsi que d'autres paramètres qui vont nous mesurer des données objectives. Cette analyse permet d'établir un diagnostic, puis de définir le traitement et les produits les plus adaptés. Nous avons

toujours placé l'analyse, le résultat et la personnalisation au cœur du traitement.

Quel rôle joue l'intelligence artificielle dans cette évolution ?

Elle joue un rôle de plus en plus important. Grâce à l'IA, de nouvelles technologies permettent de scanner le visage en trois dimensions et de comparer les résultats avec d'importantes bases de données. Un rapport est généré immédiatement qui va définir un abonnement annuel avec des traitements et des produits sur mesure. L'IA est un outil majeur pour aller plus loin dans la personnalisation.

La frontière entre cosmétique, médecine et bien-être semble évoluer. Comment l'abordez-vous ?

Aujourd'hui, cette frontière évolue. Au sein de la clinique, à Lausanne, avec le Dr et Chirurgien Nicolas Chami, nous poussons les frontières de la cosmétique pour fusionner avec la frontière de la médecine. Aujourd'hui la possibilité d'utiliser nos propres exosomes dans des crèmes personnalisées devient presque une réalité. C'est une forme de personnalisation ultime. La Suisse est un pays qui permet de travailler sur des technologies très avancées telles que les cellules souches et nous intégrons aussi dans nos protocoles des technologies comme la photobiomodulation, la cryothérapie, les champs électromagnétiques pulsés ou le microneedling. Tout cela permet d'entrer dans une nouvelle dimension du soin.

Le rapport à la beauté a-t-il changé ?

Oui. Je pense que les clients recherchent davantage une qualité cutanée durable, inscrite dans une vision plus globale de la longévité. Le visage ne peut pas être pensé séparément du corps: il reflète l'équilibre général de la personne. C'est pourquoi nous parlons de skin longevity: une approche qui associe les soins, les technologies et l'accompagnement du mode de vie. Si l'on personnalise les traitements, il faut aussi personnaliser le quotidien.

Plus d'informations sur:
drburgener.com




BURGENER
SWITZERLAND

framo

L'expert Suisse de la salle de bain



TOTO

L'hygiène à la japonaise

victoria ⊕ albert®

L'élégance anglaise

framo

Meubles salle de bain Swiss Made



FABRICATION SUISSE DEPUIS 1973

Framo SA · La Maillarde, 1680 Romont · Tél. +41 (0) 26 651 96 51

Retrouvez-nous à
Architect@Work Lausanne
30 septembre – 1 octobre 2026

