

SUISSEDIGITAL  
CONNECTE NOTRE PAYS

#LA CYBERSÉCURITÉ POUR TOUS  
Faites le Security Check sous [securitycheck.suissedigital.ch](https://securitycheck.suissedigital.ch)



UN SUPPLÉMENT THÉMATIQUE DE SMART MEDIA

**F. FOCUS.**

# Qualité Suisse



Mars '26

# THOMY

75 ans d'un goût iconique qui accompagne les Suisses de génération en génération.

En lire plus sur [focus.swiss](https://focus.swiss)



**LE CHATEAU**  
RESTAURANT  
GENTHOD

*Local and seasonal cuisine*

Situé dans le charmant village de Genthod, nous vous proposons une cuisine saisonnière et authentique, préparée à partir d'ingrédients locaux, frais et de qualité.



[chateau-genthod.ch](https://chateau-genthod.ch)



Mirjam Voser

# Swiss Quality: un pilier de la prospérité Suisse

Lorsque l'on évoque la Suisse, il est souvent question d'une promesse. Une promesse qui dépasse largement les frontières nationales et qui s'associe, dans de nombreux esprits, à une idée de qualité. Mais que recouvre réellement cette notion, fréquemment associée à la précision, à la fiabilité et à l'excellence? Et pourquoi cette perception constitue-t-elle non seulement un atout pour l'économie, mais aussi un facteur déterminant, en particulier dans une année exigeante comme 2026?

La qualité suisse ne se limite pas à un standard technique. Elle renvoie également à une culture du travail, à une exigence constante et à un savoir-faire historiquement ancré. Dans un monde globalisé, où les produits et les services tendent à devenir interchangeables, l'origine suisse demeure un élément de différenciation important. Pour l'économie nationale, cette perception représente un avantage concurrentiel significatif. Elle permet aux entreprises d'évoluer dans un environnement de coûts élevés, alors même que des clients, en Suisse comme à l'international, sont disposés à accorder une valeur particulière à la fiabilité et à la réputation associées au pays. Sans cette reconnaissance, la concurrence avec des sites de production aux structures de coûts plus faibles serait nettement plus difficile. La qualité constitue ainsi l'un des moteurs des exportations et contribue au maintien d'un niveau de vie élevé.

## PME: piliers de l'économie suisse

Mais quels sont les acteurs de cette dynamique? Lorsque l'on pense à l'économie suisse, l'image des grandes multinationales s'impose souvent. Si ces entreprises jouent un rôle important en matière de visibilité internationale, le tissu économique suisse repose avant tout sur les petites et moyennes entreprises (PME).



Selon la dernière enquête «Portrait des PME suisses» de l'Office fédéral de la statistique, en 2022, 99,7% des entreprises en Suisse étaient des PME, soit des structures employant moins de 250 collaboratrices et collaborateurs. Ces entreprises représentent environ 3,2 millions d'emplois. Malgré un contexte mondial incertain, près de 60 000 emplois supplémentaires ont été créés par rapport à l'année précédente, illustrant la capacité d'adaptation et le dynamisme du tissu économique. Les PME ne sont pas des entités statiques: elles font preuve de flexibilité et d'innovation pour répondre aux exigences élevées des marchés nationaux et internationaux.

## Des défis dans un environnement complexe

Ce constat positif ne doit toutefois pas occulter les défis actuels. Les entreprises évoluent dans un environnement marqué par des marchés tendus, la volatilité des prix des matières premières et de l'énergie, ainsi que par des incertitudes géopolitiques

qui affectent les chaînes d'approvisionnement. Dans un tel contexte, la qualité ne peut être considérée comme acquise: elle nécessite un engagement constant et une capacité d'adaptation permanente.

Les conditions-cadres jouent ici un rôle déterminant. Des infrastructures performantes, des relations commerciales stables et un environnement réglementaire équilibré sont essentiels pour permettre aux entreprises d'innover et de rester compétitives. La solidité de l'économie suisse dépend en grande partie de la capacité des PME à se développer et à évoluer dans un cadre favorable.

## Identité, confiance et coopération

Au-delà des aspects techniques et économiques, la notion de qualité renvoie également à une question de confiance. La crédibilité d'une économie repose sur la cohérence entre les promesses formulées et la valeur effectivement créée. Des critères clairs en matière d'origine et de création de valeur contribuent à renforcer cette confiance auprès des consommatrices et consommateurs.

Par ailleurs, la mise en réseau des entreprises constitue un levier important. Les échanges, les coopérations et les synergies au sein du tissu des PME favorisent l'innovation et la résilience collective. Cette dynamique collaborative représente un atout majeur pour affronter les transformations en cours.

Dans ce numéro, nous vous invitons à approfondir ces thématiques et à découvrir les initiatives, les innovations et les parcours d'entreprises qui illustrent la diversité et la vitalité de l'économie suisse.

Texte Mirjam Voser,  
directrice de Swiss Label



Dans un monde globalisé où les produits et les services deviennent interchangeables, la qualité demeure un facteur de différenciation décisif.

– Mirjam Voser,  
directrice de Swiss Label

## Contenu.

- 04 Protection du Swiss made
- 10 Interview: THOMY
- 16 Durabilité et entretien des textiles
- 18 Défis de la manufacture

### Focus Qualité Suisse.

Chef de projet  
Adrien Avril

Responsable national  
Pascal Buck

Head of content Romandie  
Marie Geyer

Responsable graphique  
Mathias Manner

Graphiste  
Marie Geyer

Journalistes  
Alix Senault, Marc-Antoine Guet, SMA

Image de couverture  
màd

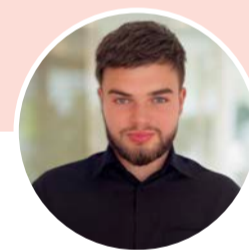
Canal de distribution  
Tribune de Genève et 24Heures

Imprimerie  
DZB Druckzentrum Bern



### Smart Media Agency.

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



Bonne lecture!

Adrien Avril  
Project Manager

## Brandreport • Xyloforme

# Le savoir-faire suisse pour faire de chaque pièce une œuvre d'art intemporelle

À la tête de l'entreprise, Cédric Stern, directeur jeune et dynamique, a à cœur de créer un environnement où chacun trouve sa place et prend plaisir à exercer son métier. Attentif et toujours disponible pour ses collaborateurs, il cultive un esprit d'équipe fondé sur la confiance, le partage et l'exigence du travail bien fait. Au fil des années, cet état d'esprit a fait naître bien plus qu'une entreprise: chez Xyloforme, s'est formée une véritable famille, unie par la passion de créer ensemble.

Chez Xyloforme, l'ébénisterie est bien plus qu'un métier: c'est une véritable passion qui anime l'entreprise chaque jour. Xyloforme travaille le bois, matière noble et vivante, façonnée avec respect, précision et créativité afin de donner naissance à des pièces uniques, pensées pour durer et traverser le temps.

Xyloforme conçoit et réalise des projets sur mesure: cuisines, dressings, fenêtres, agencements intérieurs ou mobilier. La créativité de l'entreprise l'amène également à marier les matériaux afin de sublimer chaque création. Le bois dialogue ainsi avec le métal, le cuir, la lumière ou le verre, donnant naissance à des réalisations uniques et raffinées.

Derrière chaque pièce se trouve l'engagement d'artisans passionnés, animés par une même ambition: transformer les idées des clients en créations d'exception.

Chaque projet représente pour Xyloforme une nouvelle occasion de révéler toute la noblesse du

bois. Portée par un savoir-faire artisanal, une grande exigence du détail et un sens affirmé de l'esthétique, l'entreprise transforme ce matériau d'exception en réalisations élégantes, harmonieuses et intemporelles.

Grâce à sa maîtrise de l'ébénisterie, de la menuiserie, de la sellerie et de la finition, Xyloforme donne vie aux projets les plus variés et accompagne ses clients dans la réalisation de toutes leurs envies.

Xyloforme SA  
Chemin de Champs-Prévost 18A, 1214 Vernier

www.xyloforme.ch





## La protection solaire au service de la performance énergétique

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



**Audrey Normand**  
Directrice, Stormatic

### Audrey Normand, Stormatic est une entreprise familiale fondée en 1963. Quand vous regardez le chemin parcouru, qu'est-ce qui n'a jamais changé dans l'ADN de la maison?

La première chose qui perdure depuis les débuts en 1963 est la proximité que nous entretenons avec nos clients. Nous sommes une entreprise familiale à taille humaine et nous travaillons presque exclusivement sur Genève et Vaud. Au fil des années, nous avons construit des relations durables avec nos clients et nos collaborateurs. Depuis sa fondation par mon grand-père il y a 63 ans, Stormatic a toujours tenu à rester indépendante. Dès le départ, il a développé ses propres modèles de stores. Aujourd'hui, nous avons réduit la fabrication, mais nous cherchons à conserver une certaine indépendance vis-à-vis de nos fournisseurs. Nous travaillons avec différentes marques et continuons à fabriquer certains produits dans nos ateliers à Meyrin, notamment les toiles et les tentes solaires. Cela nous permet d'être très réactifs sur certaines interventions. Cette capacité d'adaptation fait partie de nos forces depuis le début. Nous choisissons le produit en fonction des exigences du projet, et non de la marque avec laquelle nous aurions un contrat.

### Vous avez repris la direction en 2019. Reprendre une entreprise familiale, ce n'est pas seulement une fonction, c'est aussi une responsabilité. Comment cette transition générationnelle a-t-elle influencé la vision et la stratégie de Stormatic?

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

### La Suisse est reconnue pour l'excellence de son artisanat. Concrètement, dans votre métier, qu'est-ce que cela signifie au quotidien? Où se situe cette exigence?

Notre exigence de qualité commence par la sélection des produits proposés, majoritairement suisses et conformes aux normes européennes. Nous entretenons un dialogue constant avec nos fournisseurs afin d'améliorer la robustesse, la durabilité et la facilité d'installation de leurs gammes. Parallèlement, nous formons régulièrement nos monteurs et techniciens aux dernières innovations. La satisfaction du client reste primordiale. La qualité se joue autant dans le produit que dans le suivi des travaux. J'accorde une grande importance à la transparence et au travail bien fait. Nos architectes partenaires apprécient particulièrement notre suivi jusqu'à la fin du chantier, ainsi que notre réactivité pour les retouches et le service après-vente.

### Vous intégrez aujourd'hui des solutions de motorisation et de domotique. Comment voyez-vous évoluer la relation entre technologie et habitat dans les années à venir?

La technologie prend de plus en plus de place dans notre quotidien, et les stores ne font pas exception. Depuis une dizaine d'années, nous installons des moteurs Somfy dotés

de la technologie io (interopérabilité), qui permettent, si le client le souhaite, d'intégrer une box domotique via une application. Cela améliore le confort des utilisateurs, qui peuvent créer des scénarios adaptés à leurs habitudes de vie, par exemple fermer les stores des chambres à une heure précise ou baisser ceux du salon pour regarder la télévision. Au-delà du confort, ces scénarios permettent aussi de réduire les dépenses énergétiques en aidant à protéger les fenêtres de la chaleur ou du froid.

### On parle aujourd'hui beaucoup de durabilité et de sobriété énergétique. Dans ce contexte, quel rôle peuvent jouer les protections solaires dans la performance d'un bâtiment?

En Suisse, il est rare qu'un bâtiment soit construit sans protection solaire, contrairement à d'autres pays européens. Cela s'inscrit dans une réflexion globale de l'habitat suisse, qui impose des normes très strictes en matière d'isolation et de performance énergétique. Nous avons bien compris l'importance de limiter l'impact des éléments sur les vitrages. Dans ce sens, les protections solaires jouent un rôle clé dans la performance énergétique des bâtiments. Des fenêtres bien protégées depuis l'extérieur, et j'insiste sur ce point, permettent de réduire les écarts de température intérieure de quelques degrés. Une vitre qui ne chauffe pas permet de gagner deux à trois degrés de fraîcheur en été, tandis que des stores fermés en hiver limitent les déperditions de chaleur. Avec la domotique, il est facile de mettre en place des scénarios pour automatiser la gestion des protections solaires, par exemple fermer les stores au coucher du soleil ou lorsque l'ensoleillement devient trop fort. La motorisation permet également d'éviter les ponts de froid et le passage d'air lié au trou de la manivelle.



### Vous proposez également des services d'entretien et de réparation, toutes marques confondues. Est-ce une manière de défendre une certaine idée de la longévité plutôt que du remplacement systématique?

Les stores font encore partie des rares équipements qui peuvent avoir une très longue durée de vie. Avec un entretien régulier, un store peut durer entre 10 et 30 ans selon le soin apporté à son utilisation. Ils sont conçus avec des matériaux robustes comme l'aluminium, ce qui permet de remplacer les pièces d'usure sans changer la structure. Aujourd'hui, les technologies et les produits évoluent rapidement, mais nous tenons à privilégier la réparation plutôt que le remplacement lorsque cela est possible ou pertinent pour le client. La réparation toutes marques et notre vaste stock de pièces détachées nous différencient de certains concurrents et nous permettent d'être réactifs lors des interventions. Bien sûr, nous devons aussi composer avec l'évolution des produits et la disparition de certaines pièces détachées. Pour nos propres produits, mais parfois aussi pour d'autres marques, nous avons choisi de fabriquer des adaptations ou des reproductions de certaines pièces afin de continuer à réparer des modèles anciens. C'est le cas, par exemple,

de notre tente solaire que nous avons fabriquée dans les années 80. Aujourd'hui, nous en sommes à la quatrième génération de ce produit et, malgré cela, il est toujours possible de remplacer les bras d'armature grâce à une pièce d'adaptation conçue par notre chef d'atelier.

### Stormatic travaille aussi bien avec des particuliers qu'avec des architectes ou des régies immobilières, sur des projets de nature et d'ampleur différentes. Qu'est-ce qui change dans votre approche selon les interlocuteurs et le type de projet?

Globalement, notre approche reste la même. Quel que soit l'interlocuteur, nous tenons à construire une relation directe basée sur la confiance. Parce que la technique est déterminante, nos techniciens analysent les produits et les méthodes de fixation afin de proposer une solution parfaitement réalisable, respectueuse de toutes les contraintes structurelles. Nous intervenons aussi bien pour de petites réparations, comme le remplacement d'une manivelle, que pour des installations d'envergure sur plusieurs bâtiments. Nous travaillons régulièrement avec des régies immobilières qui nous confient l'entretien des immeubles, avec des particuliers pour l'entretien et les nouvelles installations, ainsi qu'avec des entreprises générales. Ces dernières années, nous travaillons aussi beaucoup sur des projets de villas de luxe sur la rive gauche, en partenariat avec des architectes. Ce sont des projets complexes qui nécessitent une bonne préparation.

### Avez-vous observé une évolution des attentes de vos clients ces dernières années, que ce soit en matière de design ou de technologie?

Globalement, les clients sont plus exigeants, car ils ont une meilleure connaissance des produits et des attentes plus précises en matière d'esthétique. Sur le plan architectural, cela se traduit par exemple par la recherche d'un certain minimalisme, avec des produits encastrés dans la façade. Notre gamme de produits s'aligne bien sur cette volonté d'intégration esthétique.

### Le métier de storiste peut notamment s'apprendre à travers un CFC en trois ans. Comment cette formation prépare-t-elle à un métier qui mêle technique, autonomie, travail en équipe et relation client, dans un secteur très technique comme le vôtre?

Le CFC de storiste forme à la connaissance des différents produits et aux techniques de fixation. La première année est commune avec d'autres CFC de l'enveloppe du bâtiment, offrant également des perspectives d'évolution vers le brevet ou une HES. L'apprentissage se déroule en système dual, au sein d'une entreprise, ce qui confronte les apprentis à la réalité du terrain dès le début. On ne finit jamais d'apprendre, et c'est ce qui rend notre métier passionnant. Les collaborateurs les plus expérimentés jouent un rôle clé dans la transmission du savoir. Aujourd'hui, nous comptons encore un collaborateur engagé par mon grand-père il y a plus de 38 ans! C'est une ressource précieuse pour la formation des nouvelles générations.

### Votre showroom de 150 m² permet aux clients de voir et de toucher les produits. À l'heure du tout-numérique, ce contact physique reste-t-il déterminant?

Aujourd'hui, beaucoup de choses se passent en ligne. Cependant, notre métier reste très technique et nous devons dans tous les cas nous rendre chez les clients, car tous les produits sont fabriqués sur mesure. Notre showroom présente une large gamme de produits et de tissus. Il permet aux clients de comparer les solutions, de les essayer

et de vérifier leur qualité. C'est particulièrement le cas pour les pergolas bioclimatiques. Il est très différent de voir un produit dans un catalogue et de pouvoir se projeter en le manipulant directement.

### Si vous deviez résumer Stormatic en trois mots pour un lecteur qui ne vous connaît pas encore, lesquels choisiriez-vous et pourquoi?

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

Interview Marc-Antoine Guet



### À la suite de la votation sur la valeur locative et à la suppression annoncée de la déduction fiscale des frais d'entretien pour les propriétaires-occupants, prévue pour 2028, beaucoup de particuliers s'interrogent. Comment peuvent-ils anticiper leurs travaux afin de s'assurer de pouvoir encore déduire ces frais à temps?

Nous nous attendons à une augmentation de la demande de travaux d'entretien en 2026 et 2027. Il est important de tenir compte des délais de commande, qui peuvent être assez longs en raison de la fabrication sur mesure des produits. En cas de forte demande, ces délais pourraient encore s'allonger. Nous conseillons donc aux propriétaires d'anticiper au maximum leurs travaux afin que l'installation puisse avoir lieu avant 2028. Il faut compter entre deux semaines et deux mois entre le premier contact et l'installation. Notre équipe est composée de cinq à sept monteurs et réparateurs, ce qui nous permet d'honorer une centaine de rendez-vous par semaine, en plus des chantiers d'installation de stores neufs. Nous sommes prêts à la renforcer en cas de forte demande.

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





# La force du «Made in Switzerland»

Un petit drapeau rouge orné d'une croix blanche suffit souvent à évoquer la qualité, la fiabilité et le savoir-faire helvétiques. Le label suisse jouit d'une réputation exceptionnelle, tant auprès des consommateurs nationaux qu'à l'international. Mais comme tout signe distinctif à forte valeur ajoutée, le «Swiss made» attire aussi les abus et les contrefaçons. Pour protéger cette appellation et garantir son usage conforme à la loi, l'association Swissness Enforcement œuvre en coulisses avec vigilance et détermination.



**David Stärkle**  
Secrétaire général,  
association Swissness Enforcement

«  
Notre mission est de continuer à garantir que seules les entreprises respectant réellement les critères puissent utiliser le Swiss made.»

– David Stärkle  
Secrétaire général,  
association Swissness Enforcement

**C**réée pour renforcer la défense collective du label suisse, Swissness Enforcement regroupe des acteurs majeurs de l'économie helvétique et agit comme un rempart contre l'usurpation de l'origine suisse à l'étranger. «Les critères de Swissness s'appliquent uniquement à la Suisse, mais les abus ont souvent lieu à l'étranger. C'est là que notre action devient essentielle», explique David Stärkle, secrétaire général de l'association.

#### Des critères stricts pour garantir l'origine suisse

L'utilisation du drapeau suisse ou de la mention «Swiss made» n'est pas libre. Elle repose sur des critères précis définis par la législation Swissness, entrée en vigueur en 2017. «La loi suisse s'exporte en quelque sorte : lorsqu'une entreprise suisse souhaite enregistrer une marque avec le drapeau suisse à l'étranger, l'autorisation est délivrée ou refusée par l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI)», précise David Stärkle.

Ces critères varient selon la nature du produit ou du service. Pour les denrées alimentaires, «80% du poids des matières premières doivent être d'origine suisse». Pour les produits industriels ou manufacturés, «au moins 60% des coûts de revient doivent être réalisés en Suisse, et l'étape déterminante de la

fabrication doit s'y dérouler». Quant aux services, les entreprises doivent impérativement avoir leur siège et leur administration en Suisse. «L'IPI a d'ailleurs gagné dernièrement une procédure contre l'entreprise BDSwiss AG, qui après constatation, ne disposait que d'une simple boîte postale en Suisse, tous ses autres services étaient basés à Chypre. L'entreprise a eu l'obligation de retirer le mot «Swiss» de sa marque ainsi que la croix suisse et son logo, c'est une grande première», souligne-t-il.

#### Une vigilance accrue face aux abus internationaux

Si certains pays se montrent rigoureux dans la protection des indications d'origine, d'autres restent plus permissifs. «La Chine, par exemple, applique des règles relativement strictes, tandis que d'autres marchés notamment en Asie sont plus laxistes», observe David Stärkle. Lutter contre les abus à l'étranger représente toutefois un défi majeur, notamment en raison des coûts élevés liés aux procédures juridiques internationales.

«Certaines branches, comme le textile suisse manquent de moyens pour agir seules. Swissness Enforcement est née précisément pour mutualiser les forces et défendre plus efficacement le Swiss made», souligne-t-il.

L'association accompagne ses membres dans leurs démarches juridiques, tout en intervenant également dans des cas signalés par des acteurs extérieurs. «Notre travail a un écho dans toute la Suisse, car il s'agit d'un enjeu collectif et national», insiste le secrétaire général.

#### Des membres pilier de l'économie suisse

Swissness Enforcement s'appuie sur un réseau solide d'acteurs économiques de premier plan. Parmi ses 16 membres figurent notamment scienceindustries, qui représente l'ensemble de la branche pharmaceutique suisse, la Fédération de l'industrie horlogère suisse (FH), Chocosuisse, economiesuisse et la Schweizer Kosmetik- und Waschmittelverband (SKW) pour la branche cosmétique, mais aussi des entreprises et

organisations emblématiques telles que Migros ou Victorinox. «Ce sont des membres forts, engagés dans la défense de l'origine suisse et conscients de la valeur stratégique du label», précise David Stärkle.

La protection du Swiss made répond aussi aux attentes des consommateurs. Une étude montre qu'ils sont prêts à payer jusqu'à 20% plus cher pour un produit d'origine suisse. «La réputation des produits suisses est internationale : ils sont perçus comme sûrs, fiables et performants», rappelle David Stärkle. La législation Swissness vise ainsi à préserver cette confiance en empêchant que le label ne soit vidé de son sens par des usages abusifs.

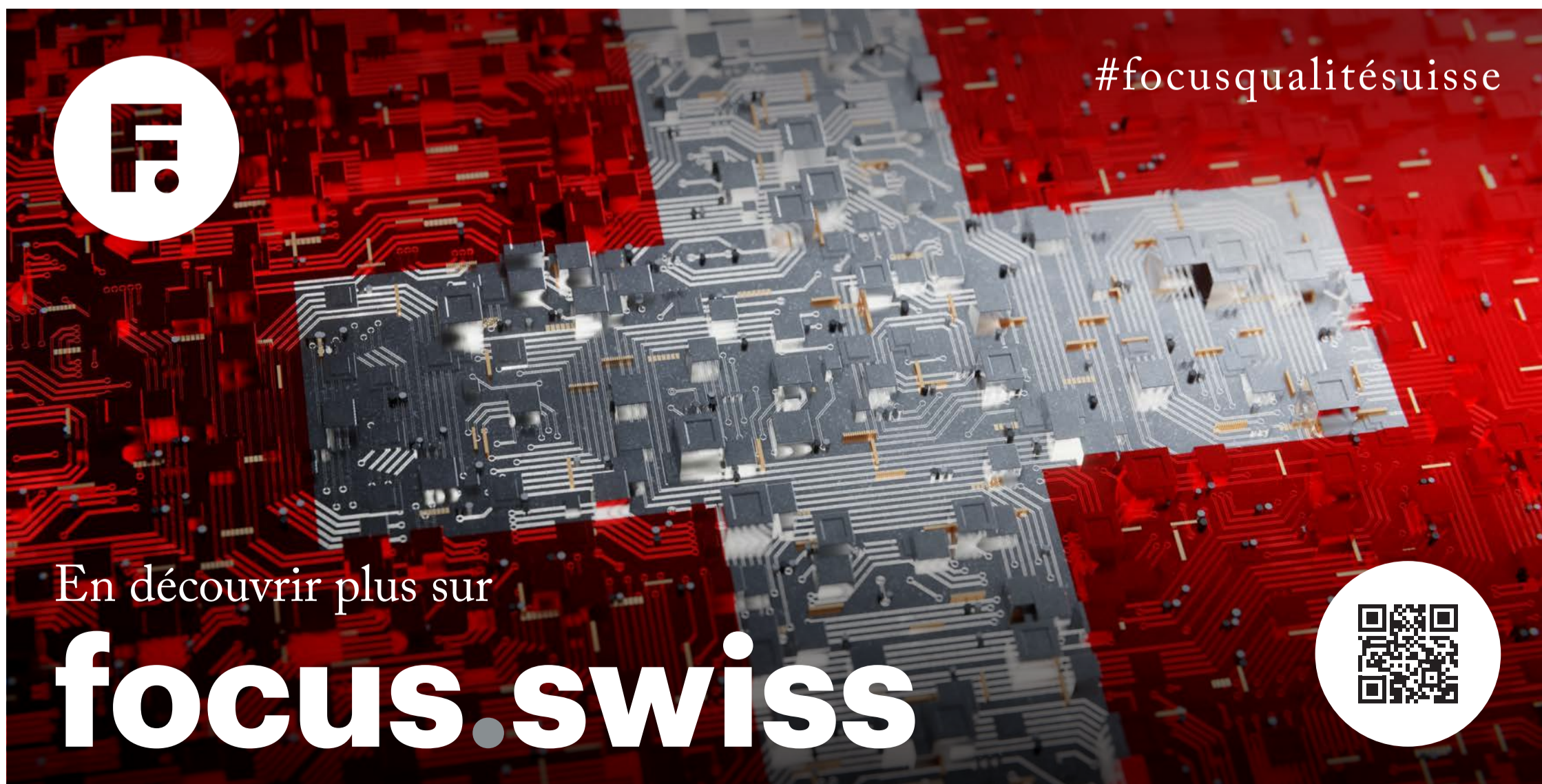
#### Un combat permanent pour préserver un héritage

Depuis l'après-Seconde Guerre mondiale, le label «Swiss Label» s'est imposé comme un symbole fort, contribuant à la relance et à la valorisation de la production nationale. Aujourd'hui encore, sa protection exige une vigilance constante. «Nous avons des yeux et des oreilles partout dans le monde : avocats, partenaires, mais aussi simples touristes suisses qui repèrent le drapeau et nous signalent des abus», explique David Stärkle. L'association fonctionne en grande partie grâce à ces alertes et signalements, qui permettent d'agir rapidement avec les recours à disposition.

À l'aube de 2026, les défis restent nombreux. «Notre mission est de continuer à garantir que seules les entreprises respectant réellement les critères puissent utiliser le Swiss made», conclut le secrétaire général. Un travail de longue haleine, indispensable pour préserver l'un des atouts les plus précieux de l'économie suisse.

Texte **Alix Senault**

ANNONCE



#focusqualitésuisse

En découvrir plus sur

**focus.swiss**





**SWISS ALP HEALTH**  
complete formulations

# ExtraCellMatrix:

Formules complètes et exclusives pour **le cartilage, les ligaments, les tendons et les os.**



## ExtraCellMatrix ECM, Drink

Arômes orange ou fruits rouges, **l'original du fondateur!** Avec 10'000 mg de peptides de collagène (types I, II, III), sulfates de glucosamine et de chondroïtine, acide hyaluronique, MSM, L-lysine, L-thréonine, edelweiss, gentiane, cynorrhodon, minéraux et vitamines.

## ExtraCellMatrix PRO, Drink

Arôme orange, **le nec plus ultra.** Avec 10'000 mg peptides de collagène (de types I, III et UC-II), sulfate de glucosamine vegan, sulfate de chondroïtine, acide hyaluronique vegan, astaxanthine, MSM, L-lysine, L-thréonine, lycopène, curcuma, boswellia, grenade, magnésium, cynorrhodon, edelweiss, gentiane, minéraux et vitamines.

## ExtraCellMatrix C-II CURMA PLUS, Tabs

Les comprimés complets et exclusifs pour cartilage, ligaments, tendons. Avec collagène de type II, chondroïtine, glucosamine, curcuma, cynorrhodon, MSM, vitamines et minéraux.

## ExtraCellMatrix PURE, Drink

Produit complet pour les articulations nouvellement disponible sous forme de poudre **PURE non aromatisée et non sucrée**, contenant tous les composants importants pour les articulations, le cartilage, les ligaments et les tendons. Vous pouvez mélanger ExtraCellMatrix PURE dans de l'eau, du café, du thé et des shakes ou l'incorporer dans des aliments. Idéal également en combinaison avec **ExtraCellMuscle, ExtraCellHyalo** ou d'autres produits.

Ces compléments alimentaires sont disponibles chez **Amavita, Sun Store, Coop Vitality et un grand nombre de pharmacies indépendantes.**



← Plus d'informations



Made in Switzerland  
[www.swiss-alp-health.ch](http://www.swiss-alp-health.ch)

Swiss Alp Health  
Tél: +41 21 711 33 11, [info\(at\)swiss-alp-health.ch](mailto:info(at)swiss-alp-health.ch)

## Cadeau!

### 1 ExtraCell Hyalo

Suite à l'achat de 2 produits Swiss Alp Health (en un seul achat) dans votre pharmacie ou droguerie, vous recevrez **gratuitement 1 ExtraCell Hyalo.**

Envoyez par courrier postal ce bon avec la quittance en indiquant votre nom et adresse à: **Swiss Alp Health, Route de la Mortigue 1, 1072 Forel** ou envoyez-nous la quittance par email: [info\(at\)swiss-alp-health.ch](mailto:info(at)swiss-alp-health.ch)

Valable jusqu'au **30.06.2026**



## ExtraCellHyalo

Capsules pour le cartilage, la peau et le tissu conjonctif, avec acide hyaluronique hautement dosé (300 mg), MSM, curcuma, extrait de pépins de raisin avec OPC. Idéal en combinaison avec tous les produits Swiss Alp Health.

Non cumulable avec toute autre promotion ou rabais. Non valable pour achats dans les boutiques et pharmacies en ligne.



SWISS MADE

# Pour ceux qui ne s'en torchent pas le popotin de l'environnement.

Tela: le papier toilette écologique avec plusieurs couches de papier recyclé.

**Tela**

Les rouleaux de papier durable d'ici.





# La qualité suisse s'invite au bureau

À midi, dans de nombreuses entreprises suisses, la question n'est plus seulement « où déjeuner ? », mais « que mange-t-on, et d'où cela vient-il ? ». La pause de midi est délaissée : sandwich avalé devant l'écran, cafétéria impersonnelle, sortie rapide au fast-food du coin : pour beaucoup, le repas au travail n'est plus qu'une solution de dépannage, et quelque chose a changé. Les entreprises qui l'ont compris se démarquent fortement.

Les attentes des collaborateurs ont changé. Ceux qui font attention à la provenance de ce qu'ils mangent le soir et le week-end ne se débarrassent pas de ces réflexes le lundi matin. Provenance, saisonnalité, qualité des ingrédients : les habitudes persistent.

C'est dans ce contexte que plus de 1000 entreprises en Suisse ont choisi d'intégrer une offre de restauration directement sur site. C'est le modèle développé par Felfel : des frigos connectés installés dans les locaux des entreprises, accessibles 24h/24, réapprovisionnés chaque jour avec des plats frais que des chefs partenaires élaborent en Suisse.

Derrière cette logistique, une équipe de « food scouts » parcourt le pays pour dénicher restaurateurs, artisans et producteurs qui partagent les mêmes exigences : des ingrédients qualitatifs et de saison et une identité régionale. Avec eux, Felfel développe des recettes adaptées aux goûts locaux et aux différents régimes : végétariens, sans gluten, sans lactose, sans compromis sur la qualité. En permanence, Felfel investit dans l'innovation et dans le développement de nouvelles recettes, là où beaucoup d'acteurs du marché restent limités à une offre basique.

L'ambition est claire : faire du repas de midi un moment qui reflète le meilleur de chaque région de Suisse.

## Que signifie concrètement « Qualité Suisse » dans l'assiette ?

Elle ne se résume pas à un label sur une étiquette. Elle se mesure dans la traçabilité des produits, la saisonnalité des ingrédients, la simplicité assumée des recettes et l'attention portée aux habitudes locales. Dans le contexte professionnel, cette exigence prend une forme concrète : comment assurer à des équipes parfois dispersées, souvent en horaires décalés, un accès à une nourriture fraîche, équilibrée et produite localement.

Chez Felfel le choix est clair : tous les plats sont préparés en Suisse pour proposer une nourriture fraîche, jamais congelée, livrée quotidiennement aux entreprises. Des spécialités comme les saucisses à rôtir sont préparées sans exhausteurs de goût ni conservateurs artificiels. Certains modèles émergents répondent à cette question sans passer par la cantine traditionnelle mais par une offre flexible, pensée pour s'adapter aux rythmes contemporains du travail.

## Pourquoi la restauration devient-elle un enjeu RH ?

Parce qu'elle dépasse largement la question du repas. Dans de nombreuses entreprises suisses, la pause de midi est l'un des rares moments où les équipes se croisent vraiment. Une offre de restauration qualitative et simple d'accès contribue à ces échanges informels, renforce les liens et donne un boost à la culture d'entreprise.

L'enjeu devient encore plus tangible dans certains secteurs. Dans un hôpital romand fonctionnant en continu, la question s'est posée de manière très pragmatique : les équipes de nuit disposaient d'options limitées en dehors des heures d'ouverture de la cafétéria.

La mise en place d'une solution de restauration accessible en permanence a permis d'offrir des repas frais aux soignants, quel que soit leur horaire. Dans un secteur marqué par le stress et les tensions, chaque amélioration des conditions de travail compte et celle-ci marque particulièrement leurs esprits.

La restauration d'entreprise s'affirme ainsi comme un levier d'accueil et de fidélisation. Elle ne se contente pas de nourrir : elle participe à l'intégration des nouvelles recrues, à la qualité du quotidien et à l'image que l'entreprise renvoie, en interne comme à l'externe.

## L'alimentation au travail est devenue un élément de culture d'entreprise. Lorsqu'elle est pensée avec exigence, elle contribue à la cohésion, à l'attractivité et à la responsabilité sociale de l'organisation.

- Raphael Gugerli,  
CEO de Felfel



La dimension durable et responsable y tient également une place croissante. Collaborer avec des producteurs suisses, soutenir l'économie locale, proposer une sélection de plats variés et élaborés à partir d'ingrédients frais : autant de signaux concrets qui témoignent d'une cohérence entre les discours et les pratiques.

Les retours des entreprises clientes confirment qu'elles choisissent Felfel pour la qualité du service, la capacité d'innovation, la diversité des recettes et des produits ainsi que la fiabilité d'une solution qui fonctionne depuis bientôt 14 ans.

Ce qui relevait autrefois d'un service logistique s'inscrit désormais dans une réflexion plus large sur l'expérience collaborateur.

## Et pour les collaborateurs, qu'est-ce que cela change vraiment ?

Les attentes sont, au fond, assez simples. De la variété, et la possibilité de manger correctement sans perdre 20 minutes à chercher où aller. La proximité joue un rôle déterminant : pas de file d'attente, un paiement simplifié, un frigo accessible à deux pas du poste de travail. Ce sont de petits détails qui, mis bout à bout, changent une journée.

Avec plus d'une centaine de produits à l'intérieur : salades de saison, plats chauds aux saveurs méditerranéennes, snacks pleins d'énergie, boissons rafraîchissantes et petits-déjeuners copieux, le frigo Felfel ne se contente pas de répondre aux besoins de la pause de midi mais accompagne les collaborateurs tout au long de leur journée en évitant la monotonie et en répondant à leurs envies du moment.

L'enjeu dépasse largement le gustatif. Une pause de qualité déterminera le niveau d'énergie de l'après-midi, la concentration, le moral. Dans les environnements exigeants, décidera si la journée sera subie ou maîtrisée.

La question du rapport qualité-prix reste centrale. En proposant une offre compétitive directement sur

site, l'entreprise réduit la nécessité de sortir chercher une alternative souvent plus chère, moins fraîche et moins équilibrée. L'enjeu est double : le collaborateur mange mieux pour un budget comparable et l'entreprise récupère des équipes plus performantes après la pause.

Bien manger au travail n'est plus un privilège réservé aux grandes structures ou aux sièges sociaux bien dotés : c'est en train de devenir un standard.

## La qualité commence-t-elle en interne ?

Si la qualité suisse repose sur la cohérence, elle ne peut pas s'arrêter aux produits livrés aux entreprises clientes. Chez Felfel, cette logique s'applique également à l'interne, où les équipes bénéficient d'un accès quotidien aux services proposés aux clients. Bien manger, partager un café et prendre le temps d'une pause font partie de la vie des bureaux, une manière simple de faire vivre l'hospitalité au travail.

Un café de qualité barista préparé sur place : les grains de café sont sélectionnés avec une traçabilité claire sur leur origine, loin des cafés anonymes torréfiés à grande échelle par l'industrie. La gastronomie n'est pas seulement un produit que Felfel commercialise, elle fait partie de la culture interne. On mange ce que l'on vend, et on y tient. Et l'attention portée au bien-être ne se limite pas à l'assiette : l'environnement de travail compte aussi. Les équipes évoluent dans des bureaux lumineux au centre de Lausanne, pensés pour favoriser les échanges, la collaboration et les moments de convivialité entre collègues.

Cette présence locale se reflète également dans le service : avec des équipes basées à Lausanne, Felfel assure un suivi de proximité et peut intervenir rapidement chez ses clients y compris pour réparer un frigo ou une machine à café sans dépendre de prestataires externes, afin de garantir une expérience premium pour les entreprises clientes.

Promouvoir la qualité suppose de la pratiquer. Dans un marché où la réputation de l'employeur se construit aussi

sur les témoignages des collaborateurs, cette cohérence cesse d'être un détail, elle devient un argument.

## Qui sont les partenaires derrière chaque produit ?

Derrière les frigos Felfel installés dans les entreprises se trouve un écosystème de partenaires qui partagent la même philosophie et sont répartis sur toute la Suisse.

Felfel collabore avec des chefs indépendants, des traiteurs régionaux et des producteurs spécialisés qui conçoivent les plats et produits distribués sur les sites clients. Ce fonctionnement préserve une diversité culinaire réelle et évite l'uniformisation qui guette toute offre à grande échelle.

Parmi ces partenaires figure Super Natural Club, à Lausanne. Cette petite structure produit dans sa propre manufacture des boissons artisanales entièrement naturelles : kombuchas bio, infusions, limonades, élaborées à partir d'ingrédients simples, sans additifs, avec une attention particulière portée à la qualité des matières premières comme en témoignent leur propre champ de menthe dans les Préalpes vaudoises.

Ce type de collaboration c'est ce qu'on retrouve chez Felfel : plutôt que de s'appuyer sur des chaînes d'approvisionnement standardisées, l'entreprise choisit des partenaires ancrés localement, capables de garantir transparence et constance. La qualité suisse prend ici une forme très concrète, celle d'un réseau qui partage une exigence commune en matière de production, de traçabilité et de durabilité.

## Au fond, qu'est-ce qui a changé ?

Il serait tentant de réduire ce que fait Felfel à une question de logistique alimentaire : un frigo, des plats, une appli. Mais les attentes des collaborateurs en Suisse ont évolué et avec elles, ce que les entreprises leur offrent.

La qualité n'est plus un bonus réservé aux grandes structures. Elle est devenue une exigence portée par ceux qui font attention à ce qu'ils mangent le soir, le week-end, et qui ne souhaitent pas faire une croix sur leurs habitudes le lundi matin.

Depuis ses débuts, Felfel a construit ce modèle avec une conviction simple : offrir une restauration de bureau qui soit à la fois locale, fraîche, innovante et fiable. Une approche souvent imitée sur le marché, mais rarement égalée.

C'est précisément ce glissement : de l'accessoire à l'attendu, qui explique pourquoi la pause de midi est devenue un sujet sérieux dans les directions RH, et pourquoi la transparence sur la qualité, des producteurs jusqu'à l'assiette, est au cœur de ce que Felfel a construit.

Pour découvrir FELFEL  
et organiser une dégustation offerte  
tasting@felfel.ch  
+41 21 515 40 17  
Rue des Terreaux 13, 1003 Lausanne  
felfel.ch



## Une nouvelle ère pour le café

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, la Coffee Ball entend 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  
Head of CoffeeB

### Frank Wilde comment le concept de la Coffee Ball 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 Coffee Balls. 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 coffee balls 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 Coffee Balls?

C'est l'un des grands avantages de cette innovation: après extraction, la Coffee Ball se gonfle et devient friable, ce qui la 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 garantissez-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**



Ginox Group • Brandreport

## Quand le savoir-faire suisse façonne les cuisines des professionnels



soudures invisibles, alignement précis des poignées, fini brossé Scotch Brite d'une grande finesse, intégration discrète du logo de la marque et angles arrondis. Les installations répondent ainsi au standard Hygiène H2, essentiel dans le milieu de la restauration.

Les cuisines constituent un véritable lieu de vie pour les professionnels, qui apprécient autant l'agencement pratique, la facilité de nettoyage, la durabilité des matériaux que l'esthétique de leur environnement de travail.

### L'excellence du «Swiss Made»

Depuis ses origines, Ginox place la qualité et la culture de l'innovation au cœur de son ADN. La conception et la fabrication suisses de ses produits, tels que les fourneaux Vesta et la gamme de hottes Performair entièrement personnalisables et modulables selon les besoins, font partie des produits qui ont fait la réputation de la marque à travers le monde. Ces modèles aux technologies brevetées uniques illustrent tout le savoir-faire et l'évolution de Ginox.

Avec son site de production situé à Chailly-sur-Montreux et, depuis 2007, une usine à Ras Al Khaimah, aux Émirats arabes unis, Ginox distribue aujourd'hui ses produits aussi bien en Europe qu'au Moyen-Orient.

Grâce à un département spécialisé dans la recherche et le développement et à une équipe d'ingénieurs chevronnés, les meilleurs systèmes et matériaux sont testés et éprouvés afin de donner naissance à des innovations d'envergure.



L'objectif est clair: rendre l'univers de la cuisine professionnelle plus ergonomique et plus facile d'utilisation au quotidien. De nombreuses innovations techniques ont ainsi vu le jour, comme le système de filtration haute performance Performair & Performair+, destiné notamment aux chaînes de restauration rapide et à l'usage intensif, qui permet de garantir une qualité de l'air optimale en cuisine. Les hottes équipées des systèmes Uvair, Mistair et Steamair offrent également des rendements d'aspiration et de filtration spécifiquement étudiés pour assurer une qualité de l'air ambiante conforme, quelles que soient les conditions, même les plus extrêmes.



Chaque détail, chaque problématique rencontrée par les professionnels est ainsi étudié afin d'améliorer en permanence l'expérience culinaire. C'est aussi cela la force de l'expérience Ginox: des solutions développées aux côtés des professionnels, pour les professionnels.

### Le diable est dans les détails

Au service de ses clients, Ginox les accompagne dans leurs projets de conception de cuisines professionnelles avec un suivi particulièrement complet. Cuisiniste spécialisé reconnu, l'entreprise propose des études et des conceptions sur mesure, quelle que soit la complexité du projet. Parmi ses nombreux clients, Ginox compte des entreprises privées, des groupes hôteliers, des restaurateurs, des établissements scolaires ou de santé, et équipe également sept des dix écoles hôtelières les plus prestigieuses au monde, preuve de la réputation et du savoir-faire reconnus de la marque.

Les équipes d'agencement Ginox travaillent en étroite collaboration avec leurs clients afin de proposer une organisation méticuleuse des espaces de travail: ergonomique, pratique et confortable. Grâce à leur expérience du terrain et à leur expertise, les collaborateurs de Ginox assurent un suivi complet, de la livraison à l'installation, tout en respectant les délais et le budget définis avec leurs clients.

Au-delà de la conception d'un projet et de la mise en service, l'accompagnement client va encore plus loin. Le service après-vente Ginox est opérationnel tout au long du cycle de vie d'une cuisine, de la mise en service à la maintenance préventive, en passant par la location et le dépannage. Des équipes qui conseillent, guident et apportent, au travers de leurs connaissances, un service après-vente multimarque. Au cœur de cet écosystème technique et performant, le service après-vente Ginox, basé en Suisse, offre un service permanent et l'envoi de techniciens chevronnés pour trouver des solutions à n'importe quelle problématique et assister les clients sur place. En cas de panne ou d'avarie sur le matériel, les équipes interviennent avec rapidité afin de limiter les interruptions d'activité et de garantir la continuité du service dans les cuisines professionnelles. Cette grande réactivité constitue un atout majeur pour les établissements qui doivent pouvoir compter sur des équipements parfaitement opérationnels à tout moment. Un service client pro pour des pros!

Texte **Alix Senault**

Répondant aux exigences des professionnels de la cuisine, les équipements Ginox sont entièrement conçus en acier inoxydable 1.4301, dit inox, le matériau de référence des cuisines professionnelles, réputé pour sa robustesse, sa résistance à la corrosion et sa facilité d'entretien. Un choix de matériau vers lequel se tournent naturellement les professionnels, qui trouvent dans les produits Ginox des finitions de haute qualité:

Plus d'informations sur  
[www.ginoxgroup.com](http://www.ginoxgroup.com)



# L'ÉDUCATION EST LA CLÉ DU SUCCÈS

- Programmes en entreprises
- Certifications pour enseignants
- Insertion professionnelle

Langues. Apprendre. Partout.



**Développez les talents et les compétences avec un partenaire de formation reconnu en Suisse.**

**Programmes en entreprises**

Formations linguistiques adaptées aux besoins de vos équipes et à votre secteur d'activité.

**Certifications pour enseignants**

Renforcez vos compétences pédagogiques avec FSEA, CELTA/DELTA et fide.

**Insertion professionnelle**

Compétences de base et accompagnement vers l'emploi pour une intégration réussie.

**Flexibilité totale**

En choisissant le présentiel, l'hybride ou 100 % en ligne, vous déterminez le rythme de votre organisation.

**Prenez rendez-vous pour un entretien de conseil !**

+41 (0) 31 311 55 13  
[www.flyingteachers.com](http://www.flyingteachers.com)





# À Genève, l'excellence suisse de l'hospitalité se transmet

La qualité suisse évoque souvent l'horlogerie, l'ingénierie de précision ou encore l'excellence des produits alimentaires. Elle s'exprime aussi dans un domaine parfois moins visible mais essentiel à l'image du pays : l'hospitalité et la qualité de l'accueil. Ce savoir-faire s'est construit au fil des décennies et constitue aujourd'hui l'un des piliers du tourisme suisse. En 2025, l'hôtellerie du pays a enregistré 43,9 millions de nuitées, dépassant le record établi l'année précédente, tandis que la région genevoise a affiché le taux d'occupation hôtelier le plus élevé de Suisse, atteignant 67,9%, selon l'Office fédéral de la statistique (OFS). Dans cet environnement exigeant, la formation des professionnels de l'hospitalité joue un rôle déterminant.

La Suisse occupe une place particulière dans l'histoire de l'hospitalité. Dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, les premières écoles spécialisées apparaissent afin de structurer un secteur devenu essentiel pour l'économie touristique du pays. Ce modèle de formation, fondé sur la rigueur professionnelle, le sens du détail et l'ouverture internationale, s'est progressivement imposé comme une référence.

Fondée en 1914, l'École Hôtelière de Genève s'inscrit dans cet héritage. L'institution fait partie des écoles historiques de la formation à l'hospitalité et perpétue une culture du savoir-faire et du savoir-être qui caractérise depuis longtemps la tradition suisse du service.

L'école célèbre cette année ses 112 ans d'existence ainsi que les 30 ans de son diplôme ES, une formation professionnelle supérieure reconnue par la Confédération dans le système éducatif suisse.

Établissement à but non lucratif, l'École Hôtelière de Genève appartient à GastroSuisse, la plus grande association patronale de l'hôtellerie-restauration en Suisse. L'institution est également entièrement suisse dans sa gouvernance et son ancrage institutionnel et professionnel.

«La qualité suisse ne se limite pas aux produits. Elle repose aussi sur une culture du travail, le sens du détail et la capacité à créer une relation de confiance avec les clients», souligne Duncan Robertson, directeur suppléant de l'École Hôtelière de Genève.

## Des compétences utiles dans de nombreux domaines

Les compétences développées durant la formation dépassent largement le cadre de l'hôtellerie et de la restauration. Les étudiants y développent à la fois des compétences professionnelles et des compétences humaines essentielles, telles que la communication, le sens du service, la gestion d'équipe, l'organisation ou encore la capacité à s'adapter à des situations variées.

Ces qualités restent aujourd'hui au cœur des métiers du service, où l'attention portée aux autres et la qualité de la relation humaine font toute la différence.

«  
**La qualité suisse ne se limite pas aux produits. Elle repose aussi sur une culture du travail, le sens du détail et la capacité à créer une relation de confiance avec les clients.**

– Duncan Robertson, directeur suppléant de l'EHG

Cette polyvalence peut être comparée à un véritable couteau suisse professionnel, capable de s'adapter à des environnements différents.

Les diplômés formés à Genève deviennent ainsi de véritables ambassadeurs du savoir-faire suisse dans de nombreux domaines, notamment l'hôtellerie, le luxe, l'événementiel, les transports ou encore les services aux entreprises.

## Une formation ancrée dans la pratique

À l'École Hôtelière de Genève, la formation repose sur une immersion directe dans le monde professionnel. Les étudiants effectuent plusieurs périodes de stage au cours de leur cursus, dont un premier stage obligatoire

en Suisse. Cette expérience leur permet de découvrir les standards élevés de l'hospitalité suisse et d'acquérir une première expérience dans des établissements reconnus.

Ce contact direct avec le terrain constitue un élément central de la pédagogie de l'École Hôtelière de Genève et favorise l'insertion professionnelle des diplômés.

## Une expertise suisse qui s'exporte

Le savoir-faire suisse en matière d'hospitalité suscite aujourd'hui un intérêt croissant à l'international. L'École Hôtelière de Genève participe notamment au développement du Label Hospitalité, un projet mené avec LFP Media, la filiale commerciale de la Ligue de Football Professionnel française.

Ce projet vise à développer un référentiel de qualité pour l'accueil et l'expérience des spectateurs dans les espaces VIP et l'hospitalité des stades de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT. Étudiants et experts de l'école contribuent à l'élaboration du label ainsi qu'à l'évaluation des dispositifs d'accueil dans plusieurs stades.

Cette initiative illustre la manière dont l'expertise suisse en matière de service peut s'appliquer à des domaines aussi variés que le sport, l'événementiel ou les grandes infrastructures.

Les entreprises accordent aujourd'hui une attention croissante à la qualité de l'expérience client et à la formation de leurs équipes. Les institutions de formation spécialisées dans l'hospitalité jouent ainsi également un rôle de partenaire pour les organisations souhaitant renforcer leurs compétences en matière de service et d'accueil.

## Tradition et innovation

Comme de nombreux secteurs en Suisse, l'hospitalité évolue en conciliant tradition et innovation. Les technologies numériques et les nouveaux outils transforment certaines pratiques, mais l'attention portée à l'expérience humaine demeure essentielle.

Installée à Genève, ville internationale accueillant organisations internationales, entreprises multinationales et grands événements, l'École Hôtelière de Genève bénéficie d'un environnement particulièrement propice à la formation des professionnels de l'hospitalité.

À travers cette combinaison de tradition, d'innovation et d'exigence professionnelle, l'hospitalité continue ainsi de contribuer au rayonnement du savoir-faire et de la qualité suisse, en Suisse comme à l'international.

Plus d'informations sur [www.ehg.ch](http://www.ehg.ch)

«  
**Cette polyvalence peut être comparée à un véritable couteau suisse professionnel, capable de s'adapter à des environnements différents.**

ÉCOLE HÔTELIÈRE  
 GENÈVE

Heike Kammerer-Vercelli

# La mayonnaise qui a marqué des générations

Depuis des décennies, les sauces THOMY se sont imposées comme un indispensable sur les tables suisses. La marque célèbre d'ailleurs cette année les 75 ans de sa célèbre mayonnaise en tube, produite à Bâle, une innovation qui a marqué un tournant dans son histoire et dans celle la production industrielle européenne. Les Suisses sont d'ailleurs de grands amateurs de ces différentes recettes : chaque foyer en consomme près de trois tubes par an ! Un succès qui s'explique aussi par l'engagement de la marque, tourné vers une innovation constante, avec le développement de nouvelles recettes et des initiatives durables visant à réduire toujours davantage l'impact environnemental.

THOMY, c'est bien plus qu'une marque de condiment : c'est un fleuron de l'alimentaire en Suisse, synonyme de qualité et de saveur. Rencontre avec Heike Kammerer-Vercelli, responsable du secteur Food de Nestlé Suisse, qui détient la marque THOMY.

Interview Alix Senault Image m&amp;M

**On connaît THOMY avant tout pour sa mayonnaise en tube, véritable icône de la marque. Comment la diversification de la gamme s'inscrit-elle dans votre stratégie ?**

C'est vrai, quand on mentionne THOMY, la plupart pensent aussitôt à notre mayonnaise à la Française... dont nous fêtons cette année les 75 ans !

Mais il est important pour nous de savoir se réinventer continuellement. Depuis toujours, nous élargissons notre gamme pour suivre l'évolution des envies, des tendances, des besoins de nos consommateurs. Dès les années 60, nous lançons déjà des variantes comme la mayo au citron ou la version piquante. Puis, en 1980, est arrivée la Thomynaise, la première mayonnaise allégée en Suisse. Suivaient ensuite une mayo Bio, des sortes véganes, ou des spécialement gourmandes... comme notre mayonnaise à la truffe. Aujourd'hui, nous proposons quatorze mayonnaises : de quoi trouver son bonheur, même pour les indécis !

Et je peux déjà glisser un petit secret : une nouvelle mayonnaise arrive en mai... elle promet de faire sensation !

**Qu'évoque la marque THOMY auprès des Suisses et pourquoi s'est-elle imposée comme leur condiment préféré ?**

Pour beaucoup de Suisses, THOMY évoque un goût inimitable... et remémore pleins de beaux moments. Je me souviens encore de mes premiers pique-niques où la mayo THOMY était obligatoire dans les sandwiches, sinon, ce n'était tout simplement pas un vrai pique-nique ! Et je pense que beaucoup partagent ces images : les œufs de Pâques avec la mayo, les grillades estivales au bord du lac, ou la fondue chinoise en famille à Noël...

Cette proximité explique pourquoi la mayonnaise THOMY est devenue le condiment préféré des Suisses. Son succès repose sur des choses simples mais essentielles : un goût constant, la qualité des ingrédients, et une confiance qui s'est construite au fil des générations.

**THOMY célèbre cette année les 75 ans de sa mayonnaise en tube, un événement important pour la marque. Que représente cet anniversaire pour vous et quelles sont les festivités organisées pour l'occasion ?**

Cet anniversaire représente pour moi un très bel hommage à un savoir-faire suisse unique, né à Bâle en 1951 et toujours produit ici.

Pour fêter ces 75 ans, mon équipe a vu les choses en grand : une campagne emblématique sous forme de chasse au trésor moderne, un concours avec des prix d'une valeur de plus de 50 000 francs à gagner et un événement live fin mars pour célébrer avec nos consommateurs les plus fidèles. J'avoue que j'ai particulièrement hâte de les rencontrer à cette occasion et de célébrer ensemble cette étape symbolique !

**Comment la marque s'empare-t-elle des enjeux d'écoresponsabilité et de durabilité, et quels en sont les impacts sur l'environnement ?**

THOMY apporte une contribution importante aux objectifs de développement durable de Nestlé. Ces dernières années, nous avons investi pour réduire l'empreinte de notre usine de Bâle : -80% d'émissions de CO<sub>2</sub>, -40% d'énergie et -20% d'eau en cinq ans. Des résultats motivants, qui montrent que nos efforts portent leurs fruits.

Du côté des ingrédients, nous progressons également : notre huile de tournesol est désormais 100% certifiée ISCC. Cette certification internationale et indépendante (ISCC PLUS) repose sur plusieurs directives strictes et permet de garantir une culture durable. Et pour un ingrédient aussi essentiel que les œufs dans une mayonnaise, nous utilisons exclusivement des œufs issus d'élevages en plein air.

Nous avons aussi fait un grand pas avec nos emballages : une grande partie de nos tubes contiennent désormais 95% d'aluminium recyclé, une avancée importante pour toute la catégorie.



**Cette cohérence crée un véritable repère pour les consommateurs : ils savent qu'en ouvrant un tube THOMY, ils retrouvent exactement ce qu'ils aiment.**

– Heike Kammerer-Vercelli, responsable du secteur Food de Nestlé Suisse

Je pense que ce sont toutes ces améliorations, mises bout à bout, qui font avancer nos produits dans la bonne direction : plus responsables, tout en restant aussi gourmands.

**Comme vous l'avez déjà mentionné, depuis 2024 la majorité des tubes THOMY sont composés à 95% d'aluminium recyclé. Concrètement, quel impact cette démarche a-t-elle déjà eu ?**

Passer à des tubes composés à 95% d'aluminium recyclé a un impact très concret : après l'huile de tournesol, l'emballage est ce qui contribue le plus aux émissions de CO<sub>2</sub>. En utilisant du métal recyclé, nous réduisons fortement l'empreinte carbone liée au packaging.

Cette avancée montre bien que l'innovation chez THOMY ne se limite pas au goût : elle s'étend aussi à la façon dont nous prenons soin de notre environnement, un pas de plus pour proposer des produits aussi responsables que bons !

**Quels sont vos produits phares et quelles recettes pourriez-vous nous conseiller ?**

Nos incontournables ? La Mayonnaise à la Française, la Thomynaise et notre mayonnaise à la moutarde, trois classiques qui ont vraiment conquis les Suisses.

Si vous cherchez de l'inspiration en cuisine, vous trouverez sur le site de THOMY des recettes pour tous les goûts et toutes les occasions, des plus traditionnelles aux plus tendance.

Et si je peux ajouter une petite note personnelle : mes deux enfants raffolent des batonnets de poisson avec de la mayo... et moi, je la rajoute toujours dans mes sauces à salade ! La mayo apporte toujours cette touche légèrement crémeuse, qui fait toute la différence.

**Comment la qualité est-elle restée au cœur de l'ADN de la marque durant près de 75 ans et pourquoi est-ce un point incontournable ?**

Depuis nos débuts, nous nous appuyons sur la qualité suisse et sur le travail minutieux réalisé dans notre fabrique de Bâle. Nous choisissons nos ingrédients avec une rigueur extrême et mettons en œuvre un savoir-faire unique qui garantit, année après année, un goût constant et immédiatement reconnaissable.

Cette cohérence crée un véritable repère pour les consommateurs : ils savent qu'en ouvrant un tube THOMY, ils retrouvent exactement ce qu'ils aiment. Et c'est cette confiance, construite dans la durée, qui explique leur attachement si fort à la marque.

**Quels sont les objectifs de développement de la marque pour les années à venir ?**

Pour les prochaines années, notre priorité est claire : continuer à renforcer notre position de leader tout en modernisant la marque grâce à de nouvelles innovations, comme celle qui va arriver tout bientôt et que les fans THOMY vont adorer !

Nous réfléchissons aussi à élargir notre savoir-faire vers d'autres segments, là où notre expertise du goût peut vraiment apporter quelque chose. Plusieurs pistes sont en cours d'évaluation, toujours avec la même ambition : proposer des produits qui surprennent, inspirent et restent fidèles à l'esprit THOMY.

**Le développement international est-il un axe stratégique pour THOMY ?**

Certains en Suisse l'ignorent mais THOMY est déjà bien installée en Allemagne, en Autriche et dans plusieurs pays d'Europe de l'Est. Pour le moment, nous concentrons nos efforts là où la marque est déjà forte et bien ancrée, sans planifier de grandes expansions supplémentaires. Cela dit, nous restons toujours attentifs aux opportunités qui pourraient permettre à notre goût iconique de trouver naturellement sa place ailleurs.

**Pourquoi la qualité des produits est-elle, selon vous, un facteur clé de confiance pour les consommateurs ?**

Pour moi, la confiance commence toujours par la constance. Quand j'ouvre un tube THOMY, je sais exactement quel goût je vais retrouver et je sais également que derrière ce goût, il y a des ingrédients de qualité, soigneusement choisis. Et je me dis que les consommateurs ressentent la même chose.

Les gens sont aujourd'hui très attentifs à ce qu'ils achètent, et je le comprends. Ils veulent être sûrs que le produit est bien fait, qu'il a été pensé avec soin. La qualité, au fond, c'est ce qui permet de créer ce lien : on se sent en sécurité, on sait qu'on peut compter sur la marque. Et c'est là que la relation de confiance s'installe, simplement et naturellement.

**Si vous deviez définir THOMY en une phrase, laquelle choisiriez-vous ?**

THOMY, c'est ce goût iconique qui, depuis 75 ans en Suisse, apporte la touche finale parfaite à n'importe quel plat, même le plus simple, et accompagne ces petits moments qui mettent de bonne humeur.

# THOMY®

MAYONNAISE  
À LA FRANÇAISE

**75** ANS DE  
GOÛT ICONIQUE

## GRAND CONCOURS

# FINN & WIN

DES PRIX  
D'UNE VALEUR DE  
PLUS DE  
**50'000 CHF**

IN DER SCHWEIZ  
Nr. 1+  
EN SUISSE



PLUS D'INFOS  
SUR THOMY.CH





Image iStockphoto/Youngoldman

# La nouvelle génération des soins pour la peau : 4 conseils pour rayonner

**N**otre peau, plus grand organe du corps humain, constitue une barrière protectrice essentielle face aux agressions extérieures. Pollution, rayons UV, variations climatiques, stress ou encore exigences du mode de vie moderne : elle est sollicitée en permanence. En prendre soin ne relève donc pas uniquement de l'esthétique, mais d'une approche globale, rigoureuse et préventive, au service du bien-être.

Aujourd'hui, les avancées scientifiques et technologiques permettent de développer des solutions toujours plus ciblées, fiables et efficaces, en phase avec les besoins individuels. Dans cet esprit, voici quatre tendances majeures à intégrer dans une routine exigeante et durable, pour préserver l'équilibre et l'éclat naturel de la peau.

## Se protéger des effets invisibles de la lumière bleue

Si les effets du soleil sont bien connus, un autre facteur, plus discret, mérite une attention particulière : la lumière bleue émise par les écrans (smartphones, ordinateurs, tablettes). Aussi appelée lumière HEV (High Energy Visible), elle pénètre profondément dans la peau et peut générer un stress oxydatif significatif. À long terme, cette exposition favorise les signes de fatigue cutanée, les inflammations et le vieillissement prématuré.

Des solutions concrètes existent. Les soins formulés avec des antioxydants reconnus, tels que les vitamines C et E, contribuent à neutraliser les radicaux libres. Certaines formulations intègrent également des actifs spécifiques visant à limiter l'impact de la lumière bleue. Par ailleurs, l'application quotidienne d'une protection solaire à large spectre reste une mesure de base, y compris en intérieur.

À cela s'ajoutent des mesures simples mais efficaces : pauses régulières, réglage de la luminosité des écrans, utilisation de filtres adaptés et limitation de l'exposition en soirée. Une approche cohérente et mesurée qui s'inscrit pleinement dans une hygiène de vie moderne.

## L'intelligence artificielle au service de votre peau

L'intelligence artificielle s'impose progressivement dans le domaine de la cosmétique, en apportant une dimension nouvelle à la personnalisation des soins. À l'aide de questionnaires détaillés, d'applications mobiles ou d'outils de diagnostic cutané, il est désormais possible de recueillir des données précises : hydratation, sensibilité, imperfections, environnement ou habitudes de vie.

Ces informations sont analysées par des algorithmes capables de formuler des recommandations ciblées, voire de concevoir des produits sur mesure. L'objectif est clair : gagner en précision, éviter les approximations et optimiser l'efficacité des actifs utilisés.

Toutefois, cette approche technologique ne se substitue pas à l'expertise médicale. Le recours à un dermatologue ou à un professionnel qualifié demeure essentiel pour valider les choix, comprendre les mécanismes d'action et garantir une utilisation adaptée. L'IA s'inscrit ainsi comme un outil complémentaire, au service d'une prise en charge plus fine et mieux informée.

## Les probiotiques, alliés de l'équilibre cutané

Les probiotiques, bien connus pour leurs effets sur la santé digestive, trouvent aujourd'hui leur place dans les soins cutanés. Leur action repose sur le microbiome de la peau, un écosystème complexe de micro-organismes jouant un rôle déterminant dans son équilibre.

Un microbiome équilibré contribue à maintenir l'hydratation, à renforcer la barrière cutanée et à protéger contre les agressions extérieures. À l'inverse, un déséquilibre peut se traduire par des irritations, des rougeurs ou des imperfections.



**Prendre soin de sa peau aujourd'hui, c'est allier rigueur scientifique, innovations de pointe et gestes quotidiens maîtrisés pour préserver durablement son équilibre et révéler un éclat naturel, en toute confiance.**

Bien tolérée, indolore et sans contrainte majeure, cette technologie s'intègre facilement dans une routine de soin structurée. Pour en optimiser les bénéfices, il est recommandé de suivre un protocole encadré par un professionnel, garantissant une utilisation adaptée et progressive.

En combinant innovations technologiques, connaissances scientifiques et gestes quotidiens maîtrisés, il est aujourd'hui possible de construire une routine de soin à la fois efficace, personnalisée et durable. Une approche fondée sur la précision, la prévention et la confiance, en phase avec les exigences contemporaines.

Texte SMA



Image iStockphoto/Andrei Orlov

# Photobiomodulation médicale

## La lumière qui soigne, régénère et redonne espoir

Et si la médecine du futur existait déjà ?

La photobiomodulation médicale (PBM), appelée aussi thérapie par la lumière rouge et proche infrarouge, révolutionne aujourd'hui la prise en charge de nombreuses affections. Non invasive, indolore et sans médicament, elle stimule la capacité naturelle du corps à se réparer. La PBM agit au cœur des cellules, sur les mitochondries — véritables centrales énergétiques — pour relancer la production d'ATP, diminuer l'inflammation, accélérer la cicatrisation et apaiser la douleur. Les résultats ? Moins de souffrance, plus d'énergie, une récupération optimisée et une qualité de vie retrouvée.

### Oncologie – Soins de support

Après chirurgie, radiothérapie ou chimiothérapie, la PBM aide à prévenir et à soulager les brûlures cutanées, mucites, douleurs cicatricielles et neuropathies. Elle favorise la cicatrisation et soutient la régénération tissulaire. Pour de nombreux patients, elle devient un véritable allié du parcours de soins.

« Après mes séances de radiothérapie, ma peau était à vif et chaque mouvement me faisait mal. La PBM a apaisé les rougeurs, réduit les tiraillements et m'a permis de récupérer beaucoup plus vite. Ce traitement m'a redonné confiance dans mon corps. » — Émilie, 52 ans

### Douleurs & Mobilité

Arthrose, tendinites, lombalgies, fibromyalgie, douleurs post-opératoires ou séquelles de blessures sportives : la PBM agit directement sur les zones douloureuses, relâche les tensions et améliore la mobilité. Les patients décrivent une diminution rapide des douleurs et un bien-être durable.

« Je souffrais depuis des années d'arthrose du genou. Marcher devenait pénible, les escaliers un calvaire. Après quelques séances de PBM, la douleur s'est nettement atténuée et j'ai retrouvé une vraie liberté de mouvement. C'est la première fois depuis longtemps que je peux profiter d'une

promenade sans penser à la douleur. »

— Jean-Pierre, 68 ans

### Gynécologie

Grâce à la technologie Floreo, la PBM endovaginale offre une solution non hormonale et sans effet secondaire pour restaurer le confort intime. Sécheresse vaginale, atrophie post-ménopausale, douleurs pelviennes, endométriose ou lichen scléro-atrophique : la lumière agit en profondeur sur les muqueuses pour relancer la régénération cellulaire et apaiser l'inflammation.

« Sous hormonothérapie, je souffrais d'une sécheresse vaginale qui pesait sur ma vie intime. Après quelques séances de PBM, les douleurs ont disparu et j'ai retrouvé un confort que je croyais perdu. » — Carole, 56 ans

### Dermatologie & Cicatrisation

Acné juvénile, rosacée, psoriasis, eczéma, cicatrices, brûlures ou plaies chroniques : la PBM accélère la régénération cutanée et calme l'inflammation. Elle est également utile après des traitements dermatologiques ou chirurgicaux pour favoriser une cicatrisation harmonieuse et réduire les rougeurs.

« Après une opération, ma cicatrice restait rouge, dure et douloureuse pendant des mois. Grâce à la PBM, elle s'est assouplie, la couleur s'est estompée et les démangeaisons ont disparu. Aujourd'hui, la cicatrice est presque invisible. » — Sophie, 41 ans



### Neurologie

Douleurs neuropathiques, migraines, névralgies, séquelles post-traumatiques, troubles du sommeil ou Covid long : la PBM agit comme une modulation douce du système nerveux. Elle stimule les processus neuroprotecteurs et redonne au corps une stabilité fonctionnelle, souvent perdue après des années de souffrance chronique.

« Je souffrais de neuropathies périphériques des mains et des pieds depuis des années. Grâce à la PBM, mes douleurs ont diminué de moitié en quelques séances. J'ai retrouvé le sommeil et une vraie qualité de vie. » Arthur, 66 ans

Validée par la recherche clinique et utilisée dans plus de 70 pays, la photobiomodulation ouvre une

nouvelle voie : celle d'une médecine sans aiguille, sans douleur et centrée sur la cause plutôt que sur le symptôme. Les séances durent environ 60 minutes, deux fois par semaine en moyenne, après une première consultation médicale personnalisée.

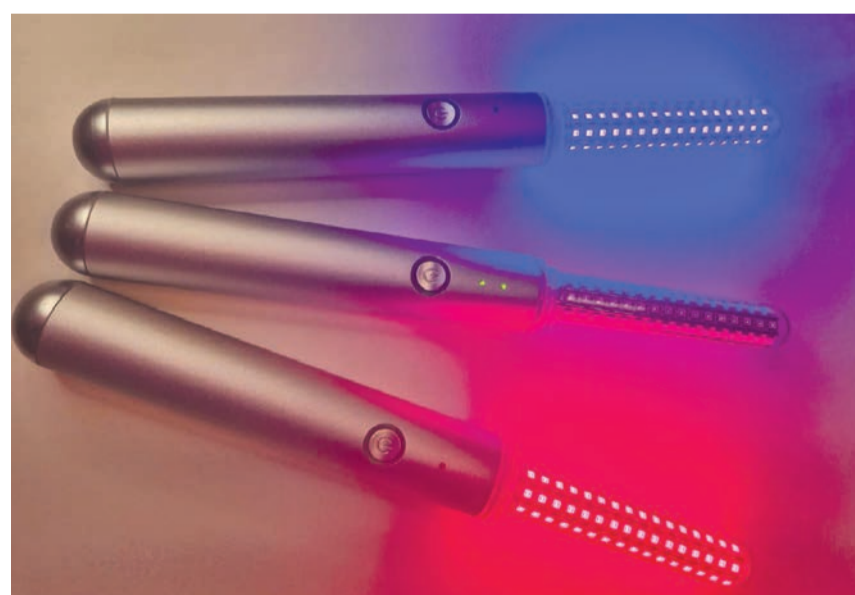
Le PBM Center de Montreux, premier centre de photobiomodulation médicale de Suisse, vous accueille désormais aussi à Genève (chez Medigroupe). Deux espaces, une même mission : soulager, régénérer et redonner espoir.

**Renseignements & rendez-vous :**  
Genève (Medigroupe) : +41 22 336 25 26  
Montreux : +41 21 214 04 04

contact@pbm-center.ch  
www.pbm-center.ch



**PBM CENTER**  
LIGHTING THE PATH TO HEALING



# Les vins SAINS : l'expression pure du terroir

**A** contre-courant des logiques industrielles et conventionnelles, une poignée de vigneronnes suisses s'engagent dans une viticulture radicalement respectueuse du vivant : celle des vins SAINS – Sans Aucun Inérant Ni Sulfite ajoutés. À la croisée du vin nature et du vin d'auteur, cette philosophie prône une approche épurée, authentique et exigeante, où chaque bouteille traduit fidèlement le travail de la vigne et de son vigneron. Rencontre avec Arnaud Siegfried, artisan vinificateur de la cave PuR Raisin et créateur du shop Soufre pas ça sulfite, et Jordi Renard, vigneron du domaine Maison Vulpin et créateur du salon SØ2, pionniers du mouvement en Suisse.



## Qu'entendez-vous exactement par « vins SAINS » et en quoi diffèrent-ils des vins bio ou des vins nature ?

Un vin S.A.I.N.S. est un vin sans aucun intrant ni sulfite ajouté, produit naturellement et uniquement par l'action des levures indigènes, sans collage ni filtration. Un vin qui bénéficie de cette mention est obligatoirement issu d'un vigneron membre de l'Association des vins S.A.I.N.S. Cette association est connue pour être la plus stricte à ce jour. En effet, pour intégrer ses rangs, le vigneron doit réaliser des vins S.A.I.N.S. sur 100% de son activité viticole, et l'achat de raisin est interdit, même en cas de mauvaise récolte.

Un vin nature doit être produit de la même manière qu'un vin S.A.I.N.S., mais peut aussi provenir d'une activité de négoce.

Un vin bio ou issu de la biodynamie respecte un cahier des charges précis et est certifié. Les cultures sont travaillées sans pesticides ni herbicides de synthèse (tout comme un vin nature ou un vin S.A.I.N.S.). En revanche, en cave, le cahier des charges est plus laxiste pour ces vins et autorise plus d'une centaine d'intrants, comme des levures sélectionnées et des sulfites.

## Qu'est-ce qui vous a poussés à défendre et à produire des vins sans sulfites ?

**Arnaud :** Après avoir obtenu mon Brevet fédéral en restauration en 2016, j'ai eu l'opportunité de découvrir le programme proposé par une HES de viticulture et d'œnologie. C'est là que j'ai réalisé qu'il n'existait pas ou peu d'alternatives aux vins conventionnels en Suisse. À cette période, on parlait encore peu de vin bio et de biodynamie, alors parler de vin nature n'était pas du tout d'actualité.

Grâce à plusieurs vignerons nature en France, passionnés et passionnants, dont les présidents de l'Association des vins S.A.I.N.S., Gilles et Catherine Vergé, j'ai pu approfondir mes connaissances dans le milieu du vin nature et de son élaboration. Mais surtout, j'ai découvert une palette aromatique complètement différente des vins standardisés et fixés chimiquement. J'ai alors décidé d'importer des vins S.A.I.N.S. et de créer mon shop en ligne ([www.soufrepascasulfite.ch](http://www.soufrepascasulfite.ch)) dédié à ces vignerons et à cette philosophie. Forcément, au travers de ces rencontres incroyables, l'envie est née de produire mon propre jus de raisin fermenté. Jordi, déjà lancé, m'a permis de me jeter à l'eau...

**Jordi :** Le premier vin nature que j'ai pu déguster, c'était en 2017, via Arnaud et sa jeune entreprise Soufre pas ça sulfite. Puis quelques cuvées se sont ajoutées au développement de mon palais. À partir de 2019, une deuxième rencontre avec un sommelier avec qui je travaillais a affiné mon goût grâce aux nombreuses dégustations que nous avons réalisées pour créer la carte du restaurant.



Début 2020, lors de plusieurs salons à Angers (haut lieu des vins nature), j'ai décidé de créer mon propre vin nature, sans aucun intrant ni sulfite ajouté. Pour moi, c'était une évidence : le retour en arrière vers du vin conventionnel n'était plus possible. J'ai trouvé de la vigne, un petit chai, et l'aventure a commencé. Le seul et unique jour de formation que j'ai eu fut celui de mes propres vendanges. Un ami, ancien sommelier, m'a montré comment contrôler la transformation du jus de raisin en vin grâce à un mustimètre. Depuis, l'expérience des millésimes m'a permis d'apprendre de mes erreurs comme de mes réussites.

## Quelles sont les particularités des vignes et des cépages récoltés pour élaborer des vins suivant la charte SAINS ?

Voici un extrait de la charte des vins S.A.I.N.S. à ce sujet : « La nature est l'outil principal. Quelles que soient les pratiques (travail des sols, enherbement naturel, etc.) et les labels, un vigneron de l'Association des vins S.A.I.N.S. ramasse inévitablement et à 100% de son activité viticole des raisins mûrs, manuellement et exempts de tous produits chimiques de synthèse et moléculaires. La qualité alimentaire optimale des raisins est l'exigence de l'Association des vins S.A.I.N.S. »

## Quels vignerons partagent aujourd'hui cette philosophie et cultivent la vigne selon ces principes ?

À travers le monde, un peu plus d'une centaine. En Suisse, une dizaine. Parmi eux : Andrea et Marc Balzan (domaine Chèrouche), Hans-Peter Schmidt (Mythopia). Et pour la nouvelle génération : Benjamin Dupas (La Riva), Lucas Madonia, Timothée Place (La Momoterie), Felipe et Yanis (Tyalo Tyalo).

## Quels événements sont prévus prochainement pour faire connaître et valoriser les vins SAINS et nature en Suisse ?

Le dimanche 8 février 2026 à Vevey (une date à retenir) se déroulera la 2<sup>e</sup> édition du salon SØ2, un événement unique réunissant tous les vignerons et vinificateurs suisses partageant cette philosophie, ainsi que plusieurs vignerons étrangers, principalement en provenance de France.

Il existe aussi le Festival du vin nature, organisé par l'ASVN (Association Suisse du Vin Nature), et le salon La Désalpe, où se mêlent vignerons nature et producteurs de vins contenant une dose minimale de sulfites.



## Les vins nature connaissent un véritable engouement : comment les reconnaître, et quels sont les labels ou domaines qui les certifient ?

Des labels privés ont été créés par des associations de vignerons pour encadrer la pratique, comme le label S.A.I.N.S. en France. La mention « sans sulfites ajoutés » ou le logo d'une association comme l'AVN peuvent également être de bons indicateurs. En Suisse, l'ASVN œuvre dans ce sens depuis 2021, avec le soutien de BioVaud, et depuis 2023, l'association collabore avec Bio-Inspecta pour un contrôle reconnu.

## Comment évaluez-vous l'impact des vins SAINS sur les écosystèmes, mais aussi sur la santé et la perception des consommateurs ?

Un retour à l'agriculture d'hier pour inspirer celle de demain, afin de protéger notre terre nourricière, les êtres vivants qui la peuplent et la vie qui les entoure – aussi bien la faune que la flore, dans les vignes. Nous nous devons de penser à ce que nous laisserons à nos enfants.

## Quels conseils donneriez-vous à celles et ceux qui souhaitent découvrir ou s'initier aux vins nature et SAINS ?

Pour découvrir et s'initier aux vins nature et S.A.I.N.S., le mieux est d'aller déguster directement chez le vigneron. Vous pouvez aussi passer en boutique et écouter les conseils d'un caviste spécialisé. De nos jours, on en trouve dans toutes les grandes villes. L'idéal est également de participer à un salon de vin nature, comme le salon SØ2, qui fait désormais office de référence dans le milieu. Les vignerons qui font le vin vous transmettront leur passion et leur philosophie.

Plus d'informations : [soufrepascasulfite.ch](http://soufrepascasulfite.ch)



«  
Pour découvrir et s'initier aux vins nature et S.A.I.N.S., le mieux est d'aller déguster directement chez le vigneron. Vous pouvez aussi passer en boutique et écouter les conseils d'un caviste spécialisé.»





# L'art ouvre des mondes

**R**assembler une collection d'art de grande valeur n'a jamais été l'intention de Siegfried Rosengart et de sa fille Angela. Et pourtant, le Musée Collection Rosengart, situé dans l'ancien siège de la Banque nationale à Lucerne, présente des œuvres d'art uniques. L'ancien marchand d'art la décrit comme une « collection du cœur ».

## Le coup de foudre

Au sous-sol du Musée Collection Rosengart est accroché le « X-chen » de Paul Klee de 1938, qui a une signification particulière pour Angela Rosengart : le dessin représente l'immersion dans la passion artistique. Siegfried Rosengart a collaboré dès 1945 avec Lily, la veuve de Klee, pour organiser une exposition dans sa galerie à l'occasion du cinquième anniversaire de la mort de l'artiste. Trois ans plus tard, en 1948, Angela Rosengart participa à l'organisation d'une nouvelle exposition dédiée à Klee, une expérience particulièrement enthousiasmante pour elle en raison d'une possible acquisition personnelle. Elle avait immédiatement été séduite par le dessin X-chen, et son père l'encouragea à entrer en contact avec l'administrateur de la succession Klee pour en discuter.

Lors de la visite suivante de l'administrateur, la jeune Angela Rosengart prit son courage à deux mains et lui parla de son désir de posséder le dessin. Sa première négociation s'ensuivit : « Combien gagnes-tu par mois ? » « 50 francs ». « Serais-tu prête à travailler un mois entier pour posséder ce dessin ? » Angela Rosengart répondit par un hochement de tête enthousiaste. « Très bien, tu l'auras pour 50 francs ! » Ce moment marque le début de sa collection et de sa passion pour l'art.

## Face à l'artiste

En réalité, il n'a jamais été dans les intentions du duo père-fille de constituer une collection. Cependant, ces observateurs avisés ne pouvaient tout simplement pas se résoudre à laisser partir certaines œuvres. C'est ainsi qu'est née une sélection d'environ 300 pièces favorites.

Parmi ces coups de cœur, on trouve plus de 130 œuvres du peintre, dessinateur et sculpteur espagnol Pablo Picasso, ainsi que cinq portraits d'Angela Rosengart - de la main de l'artiste du siècle.

Angela Rosengart a fait la connaissance de Picasso par l'intermédiaire de son père. Les deux hommes étaient liés par une amitié depuis 1914, qui s'est transmise à sa fille en 1949. À 17 ans, son père l'a présentée à l'artiste à Paris. Intimidée et silencieuse, elle restait aux côtés de son père : « Je savais que ce petit homme était un géant ! » Bien qu'elle n'ait rien dit, elle a marqué les esprits.



« X-chen », Paul Klee, 1938

La mort de cet artiste exceptionnel a marqué une véritable césure dans la vie d'Angela Rosengart. Elle se trouvait avec son père sur la Côte d'Azur, prêts à rencontrer Picasso le lendemain. À quatre heures de l'après-midi, la radio annonça son décès. « J'en ai encore des frissons en y repensant. Je me souviens avoir ressenti que c'était la fin d'une partie de ma vie », confie Angela Rosengart.

## Un œil aiguisé

Le musée Collection Rosengart ne présente pas seulement des œuvres de Paul Klee et de Pablo Picasso. Angela Rosengart a également recueilli des œuvres de 20 autres artistes impressionnistes et modernes classiques, comme Henri Matisse, Marc Chagall ou Joan Miró. Siegfried et Angela Rosengart étaient également amis avec Marc Chagall. Elle et son père se sont même rendus avec lui à Rome

pour visiter les sites antiques. Leur amitié était toutefois différente de celle avec Picasso : « Les discussions avec lui étaient très différentes ». Il aimait plaisanter, était une personne décontractée - mais aussi réfléchi, parfois presque mélancolique. « C'était une amitié très affectueuse ». Aujourd'hui encore, Angela Rosengart entretient des contacts amicaux avec les descendants de Marc Chagall.

## Pour les yeux de tous

L'art a une valeur importante pour Angela Rosengart. « Quand j'étais jeune, l'art était réservé à l'élite », se souvient-elle. Une situation qui a heureusement changé. La fondation a notamment à cœur d'encourager l'intérêt des enfants pour l'art : dans le cadre du programme « Kinder führen Kinder », des enfants de sept à onze ans s'initient eux-mêmes à l'art. Une aventure sans adultes !

Que ce soit par hasard ou par chance, la création du musée et de la collection semble être le fruit du destin. Elle a été guidée par la passion. Il est vrai qu'Angela Rosengart est entrée dans cet univers à travers le commerce de l'art, mais elle a toujours considéré les œuvres avec son cœur, et pas seulement avec son intellect.

Au musée Collection Rosengart, on peut découvrir toute l'année les œuvres de Paul Klee, Pablo Picasso, Marc Chagall et d'autres artistes de l'impressionnisme et de l'art moderne classique.

[www.rosengart.ch](http://www.rosengart.ch)



## Heures d'ouverture

- Avril-octobre :  
Tous les jours de 10h à 18h  
(y compris les jours fériés)  
- Novembre-mars :  
Tous les jours 11h à 17h  
(y compris les jours fériés)

## Accès

La collection Rosengart se trouve à la Pilatusstrasse 10, à trois minutes à pied de la gare de Lucerne.



## Prendre soin des textiles : un enjeu de durabilité, de santé et de longévité

Mobilier, tapis, revêtements muraux, rideaux ou sols textiles occupent une place centrale dans nos intérieurs, qu'ils soient privés ou professionnels. Pourtant, l'entretien textile reste souvent mal compris ou sous-estimé, alors même qu'il joue un rôle déterminant dans la durabilité des matériaux, la qualité de l'air intérieur et la préservation des ressources. Adopter de bonnes pratiques d'entretien, adaptées aux fibres et aux usages, permet non seulement de prolonger la durée de vie des textiles, mais aussi de limiter leur remplacement prématuré, un levier essentiel dans une logique de consommation responsable.



**Guy Costanza**  
Directeur Procure Systems

Le monde du textile est vaste et varié. Fibres naturelles comme le coton, la laine, le lin, la soie et les fibres synthétiques comme le polyester, le polyamide ou l'acrylique n'ont ni les mêmes propriétés, ni les mêmes exigences d'entretien. Certaines matières sont plus respirantes mais sensibles à l'humidité, d'autres plus résistantes à l'abrasion mais susceptibles de retenir les odeurs ou les charges électrostatiques.

Les textiles d'ameublement, souvent très sollicités dans les bureaux, hôtels, restaurants ou commerces, subissent une usure bien différente de celle des textiles domestiques. Friction répétée, exposition à la lumière, aux UVs, taches accidentelles ou accumulation de poussières fines exigent des méthodes d'entretien spécifiques et régulières. Comme le souligne un expert du secteur : « Chaque fibre a un comportement qui lui est propre. Un entretien standardisé et non-adapté peut, à terme, altérer la matière plutôt que la préserver. »

### Les bonnes habitudes du quotidien

Un entretien efficace commence par des gestes simples. Pour les tapis et moquettes, l'aspiration hebdomadaire est essentielle afin d'éliminer les poussières, allergènes et particules abrasives qui fragilisent les fibres. En cas de tache, une intervention rapide est primordiale : tamponner sans frotter, rincer à l'eau claire si possible, et éviter les produits chimiques agressifs non adaptés.

Les textiles d'ameublement bénéficient également d'un nettoyage en profondeur périodique, généralement recommandé une fois par an, afin de retirer les salissures incrustées et de raviver les fibres. Cette approche préventive limite le recours à des traitements lourds ou à un remplacement anticipé du mobilier, ce qui présente un coût écologique et sentimental élevé.

### Entretien textile et durabilité

La durabilité textile ne repose pas uniquement sur le choix des matériaux, mais aussi sur leur entretien tout au long de leur cycle de vie. Prolonger la longévité d'un textile, c'est réduire son empreinte environnementale globale : moins de production, moins de transport, moins de déchets. « Les professionnels du secteur, se doivent de guider et conseiller les clients dans leurs choix d'aménagement et de revêtements textiles selon leurs usages et leurs besoins, car la variété est vaste et un mauvais choix peut vite devenir très pénalisant » explique le professionnel.

Dans les environnements professionnels, des traitements ciblés peuvent également contribuer à l'hygiène et à la qualité des espaces et de leurs utilisateurs : solutions antimicrobiennes, anti-acariens, antistatiques ou anti-odeurs, appliquées en fonction du type de textile et de son usage. Ces interventions permettent de maintenir des conditions sanitaires optimales sans altérer les matériaux. « Un textile bien entretenu conserve ses propriétés esthétiques et fonctionnelles beaucoup plus longtemps », rappelle le spécialiste.

### Le cas particulier du cuir et des textiles sensibles

Le cuir, qu'il soit lisse, grainé, suédé ou nubuck, nécessite une attention toute particulière. Contrairement aux textiles classiques, il s'agit d'une matière vivante, sensible aux variations d'humidité, à l'usage et aux produits inadaptés. Un entretien mal maîtrisé peut altérer son élasticité ou provoquer une perte de pigmentation. Les méthodes professionnelles privilégient des traitements en profondeur respectueux de la structure du cuir et de ses propriétés particulières.

« Nous pouvons travailler en profondeur le cuir, sans risquer d'altérer l'élasticité d'origine. Grâce à l'imprégnation réalisée avec une émulsion à base de lanoline, on peut restaurer durablement la matière et lui redonner tout son éclat coloré » explique l'expert.

### Des services adaptés aux différents usages

Aujourd'hui, il existe une large palette de services d'entretien textile, allant de solutions ponctuelles pour les particuliers à des programmes réguliers pour les entreprises. Dans les environnements à forte fréquentation, des contrats d'entretien périodiques permettent d'anticiper l'usure, de traiter les incidents rapidement et de former les utilisateurs aux bons réflexes en cas d'incident. Cette approche globale, mêlant prévention, entretien courant et interventions spécialisées, s'inscrit dans une vision durable du textile, où chaque matériau est valorisé plutôt que remplacé.

### Vers une nouvelle culture de l'entretien

Prendre soin des textiles n'est plus seulement une question d'esthétique ou de propreté. C'est un choix conscient, en faveur d'une consommation plus responsable et d'une meilleure gestion des ressources. À l'heure où la durabilité devient un impératif collectif, l'entretien textile s'impose comme un levier simple, concret et accessible pour agir au quotidien tout en faisant appel au savoir-faire de professionnels locaux.

Adopter les bons gestes, comprendre les spécificités des matériaux et recourir à des solutions adaptées, c'est garantir un prolongement de vie des textiles tout en contribuant à un mode de vie plus respectueux de l'environnement.

Texte **Alix Senault**

ANNONCE

# L'innovation suisse pour des nuits de meilleure qualité

L'entreprise suisse Dagsmejan a trouvé des moyens d'améliorer de manière ciblée la qualité du sommeil grâce à des vêtements de nuit modernes, étudiés scientifiquement et développés à partir de fibres naturelles.

La Suisse est réputée pour sa précision, sa recherche et son exigence de qualité. Ces atouts ne se manifestent pas uniquement dans l'horlogerie, la medtech ou la technologie sportive, mais aussi dans le domaine du sommeil et c'est ce que démontre la marque Dagsmejan. L'entreprise suisse s'est penchée sur une question longtemps sous-estimée : que se passe-t-il réellement dans notre corps pendant la nuit et quel rôle joue ce que nous portons sur notre peau ?

Car le sommeil est bien plus qu'une simple phase de repos passif. La nuit, notre organisme traite les sollicitations de la journée, régénère les muscles et la peau et tente de reconstituer l'énergie nécessaire pour le lendemain. C'est précisément à ce niveau que Dagsmejan intervient : non pas avec des vêtements de nuit classiques, mais avec des solutions de sommeil adaptées aux besoins physiologiques du corps endormi.

## La recherche plutôt que l'intuition

L'ambition est clairement scientifique. Dagsmejan associe innovation textile, recherche, protocoles de test et concepts de matériaux validés. La marque met notamment en avant sa collaboration avec des institutions suisses telles que l'EMPA et la HSLU, ainsi que des projets d'innovation soutenus par Innosuisse. L'objectif : améliorer le confort du sommeil de manière non seulement perceptible, mais aussi mesurable et démontrable.

Cela se reflète également dans le développement des produits. Plutôt que de proposer une solution unique pour tous, Dagsmejan considère le sommeil comme une expérience individuelle. Car chacun dort différemment : certains ont trop chaud, d'autres ont froid, certains souffrent de variations de température, de peau sensible ou ressentent un besoin accru de récupération après un effort physique.



## Le sommeil est personnel

Sur cette base, un portefeuille de produits a été développé pour répondre à des besoins spécifiques. La gamme BALANCE favorise un climat de sommeil équilibré en cas de variations de température. STAY COOL a été conçue pour les personnes qui ont rapidement trop chaud la nuit ou qui souffrent de transpiration nocturne. STAY WARM offre une chaleur légère et respirante grâce à de la laine mérinos ultra-fine. RECOVERY s'adresse à celles et ceux qui souhaitent optimiser leur récupération nocturne après un effort physique. SENSITIVE a été développée pour les peaux sensibles, tandis que NIGHT RENEW associe confort de sommeil et soin de la peau pendant la nuit.

Toutes les collections ont en commun un accent mis sur la fonctionnalité, le confort au contact de la peau et l'utilisation de matériaux naturels. Des fibres ultra-fines comme l'eucalyptus et la laine mérinos sont utilisées, et la production est entièrement réalisée en Europe. Dagsmejan associe ainsi le développement suisse à une exigence de qualité qui dépasse largement la simple esthétique du produit.

## Quand le sport d'élite mise sur le sommeil

L'importance du sommeil pour la performance et la récupération est bien connue dans le sport de haut niveau. Il est donc logique que Dagsmejan y suscite également la confiance. Depuis 2021, l'équipe nationale

suisse de hockey sur glace collabore avec la marque. Le sélectionneur national Patrick Fischer résume cet enjeu : « Dans la phase finale d'un grand tournoi, la meilleure équipe est celle qui est la mieux reposée. »

L'équipe Tudor Pro Cycling fait également confiance à Dagsmejan. Pour Fabian Cancellara, le lien entre qualité du sommeil et performance est évident : mieux récupérer la nuit permet d'optimiser l'endurance, la récupération et la constance au plus haut niveau. Le fait que des athlètes d'élite optent pour des vêtements de nuit fonctionnels met en lumière une réalité souvent négligée au quotidien : la récupération n'est pas un élément secondaire, mais une composante essentielle de la performance.

## Une nouvelle forme de «Swissness»

C'est peut-être là que réside la vision contemporaine de la qualité suisse incarnée par Dagsmejan : une recherche à forte valeur pratique. Une innovation discrète, qui ne cherche pas à se mettre en avant, mais dont les effets sont tangibles et palpables. Dagsmejan, ce sont des produits conçus non pas uniquement pour leur esthétique, mais en partant des réels besoins du corps.

Dagsmejan montre ainsi que les vêtements de nuit peuvent aujourd'hui être bien plus qu'un simple pyjama : une solution fondée sur la science pour celles et ceux qui souhaitent mieux dormir et se réveiller véritablement reposés.

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

# dagsmejan<sup>o</sup>

ANNONCES

#focusqualitésuisse

En découvrir plus sur **focus.swiss**

bilan gratuit

**ZURBUCHEN**  
FENETRES

021 866 06 40  
[zurbuchensa.ch](https://zurbuchensa.ch)

<p>VD Siège et production Z1, Les Marais 4 1312 Eclépens T 021 866 06 40</p>	<p>FR Impasse du Gros Pra 3 1772 Grolley T 026 476 00 60</p>	<p>GE Rue du Valais 18 1202 Genève T 022 320 03 30</p>	<p>VS Rue des Dents-du-Midi 17 1868 Collombey T 027 723 10 60</p>
--	--	--	---

# Manufacture suisse : entre héritage industriel et défis du futur

Longtemps symbole de précision, de qualité et d'innovation, la manufacture suisse occupe une place centrale dans l'économie du pays. Qu'il s'agisse d'horlogerie, de machines-outils, de technologies médicales ou d'équipements industriels, l'industrie manufacturière helvétique reste l'un des piliers de la prospérité nationale. Mais à l'heure des transitions technologiques, environnementales et géopolitiques, ce secteur stratégique doit relever de nombreux défis pour préserver sa compétitivité.

**E**n Suisse, l'industrie manufacturière représente une part importante de la valeur ajoutée et des exportations. Grâce à un savoir-faire reconnu mondialement, les entreprises suisses se sont imposées dans des secteurs à forte valeur ajoutée, où la précision, l'innovation et la qualité sont déterminantes.

Cette spécialisation constitue l'un des atouts majeurs du tissu industriel helvétique. Face à la concurrence internationale, les entreprises suisses ont choisi de se positionner sur des segments technologiques avancés, souvent difficiles à délocaliser. Cette stratégie leur permet de maintenir une production locale tout en exportant massivement vers les marchés internationaux.

Cependant, ce modèle est aujourd'hui confronté à un environnement économique de plus en plus incertain.

## La pression de la concurrence internationale

La mondialisation et la montée en puissance de nouvelles économies industrielles ont profondément transformé le paysage manufacturier. Des pays disposant de coûts de production plus faibles ou d'une capacité industrielle massive gagnent progressivement du terrain dans certains segments. Pour les entreprises suisses, la réponse passe par l'innovation, la qualité et la spécialisation. Investir dans la recherche et développement, automatiser les chaînes de production

et développer des solutions technologiques de pointe sont devenus des impératifs pour rester compétitifs. Cette transformation nécessite toutefois des investissements importants, parfois difficiles à assumer pour les PME industrielles qui constituent une grande partie du tissu manufacturier suisse.

## La transition numérique de l'industrie

Autre défi majeur : la transformation numérique. Lessor de l'industrie 4.0, de l'intelligence artificielle, de la robotique et de l'Internet des objets modifie profondément les processus de production.

Les manufactures suisses doivent désormais intégrer des technologies capables d'optimiser la production, d'améliorer la traçabilité des produits et de renforcer la flexibilité industrielle. Cette digitalisation permet de gagner en efficacité, mais elle exige également de nouvelles compétences.

Les entreprises doivent donc investir non seulement dans les équipements technologiques, mais aussi dans la formation de leurs collaborateurs afin d'accompagner ces transformations.

## La pénurie de main-d'œuvre qualifiée

Le manque de personnel qualifié constitue d'ailleurs l'un des défis les plus fréquemment évoqués par les acteurs de l'industrie. Les métiers techniques, pourtant

essentiels au fonctionnement des manufactures, peinent parfois à attirer les jeunes générations.

La Suisse dispose pourtant d'un système de formation professionnelle reconnu, notamment grâce à l'apprentissage. Mais les entreprises doivent redoubler d'efforts pour valoriser les métiers industriels et attirer de nouveaux talents.

Dans ce contexte, renforcer les passerelles entre formation, innovation et industrie apparaît comme une priorité pour garantir la relève et préserver les compétences clés du secteur.

## Prendre en compte la transition énergétique et environnementale

La transition vers une économie plus durable représente également un enjeu majeur pour la manufacture suisse. Les entreprises doivent réduire leur empreinte environnementale, optimiser leur consommation d'énergie et intégrer des pratiques de production plus responsables. Ces évolutions sont encouragées par les attentes croissantes des clients, par les réglementations environnementales et par les objectifs climatiques nationaux et internationaux.

Si ces transformations impliquent parfois des investissements significatifs, elles peuvent également constituer une opportunité d'innovation et de différenciation sur les marchés internationaux.

## Entre résilience et adaptation

Les crises récentes : pandémie, tensions géopolitiques, perturbations des chaînes d'approvisionnement, ont également rappelé la vulnérabilité des chaînes industrielles mondiales. Pour de nombreuses entreprises, ces événements ont renforcé l'importance de sécuriser les approvisionnements et de diversifier les partenaires commerciaux.

Dans ce contexte, la capacité d'adaptation reste l'une des grandes forces de l'industrie suisse. Historiquement, les manufactures helvétiques ont su évoluer face aux transformations économiques et technologiques. Aujourd'hui encore, leur succès repose sur une combinaison unique de compétences techniques, d'innovation et de qualité.

À l'heure où les chaînes de valeur se redessinent et où les technologies évoluent rapidement, la manufacture suisse continue ainsi de jouer un rôle central dans l'économie du pays. Son défi consiste désormais à conjuguer tradition industrielle et innovations de rupture afin de rester une référence mondiale dans les décennies à venir.

Texte **Alix Senault**

## Brandreport • Mediam

# Gemmes et joaillerie sur-mesure : une adresse confidentielle

**G**rossiste en diamants, pierres précieuses et pierres fines, Mediam Suisse, basée à Neuchâtel et à Genève, fournit les plus grandes maisons de haute-joaillerie et horlogerie suisses et des artisans joaillers indépendants. Bien que travaillant principalement en B to B, cette maison propose aujourd'hui son savoir-faire et son fait-main 100% suisse également à une clientèle privée. Envie de bijoux en diamants et pierres précieuses à un «prix professionnel», et sur-mesure? Ou d'investir dans les pierres précieuses ou fines? Mediam Suisse est sûrement la solution!

## Le sur-mesure au service du client

Son fonctionnement est simple : il s'agit d'une entreprise sans boutique physique qui propose des bijoux sur-mesure. Elle privilégie cette approche afin de ne pas avoir à supporter les coûts de structure, et ainsi pouvoir offrir des produits de haute qualité avec des prix doux. Associée à trois ateliers d'artisans de la région, qui sont eux-mêmes sous-traitants pour des «grandes maisons», elle garantit une conception 100% Swiss-Made, un travail d'orfèvre avec un sertissage et un pavage en qualité horlogère et une facture haute de gamme. Bagues, bracelets, boucles d'oreilles, colliers, montres : tout est possible et exclusif.

Du choix de la pierre, des couleurs, en passant par le design du bijou, les croquis, les dessins, les finitions, tout est réalisé sur mesure et chaque création est unique. Chaque étape de la fabrication fait l'objet d'un vrai dialogue entre le client et l'expert joailler qui utilise tous les canaux d'information à sa disposition (mails, WhatsApp, visioconférence...) et peut ainsi travailler avec des clients du monde entier avec réactivité et efficacité.

## Un entrepreneur passionné

À la tête de Mediam Suisse, on retrouve un gemmologue-diamantaire au bénéfice de près de 25 ans d'expérience dans le métier. Alexandre Martin débute sa carrière dans l'horlogerie et apprend le métier de diamantaire auprès d'une société genevoise. Ce métier l'amène à parcourir le monde. De Bombay à Hong Kong en passant par Bangkok et Colombo, Anvers, Tel Aviv, Dubaï ou New York, les différents marchés mondiaux n'ont plus aucun secret pour cet expert qui a su créer un solide et diversifié réseau de fournisseurs et fabricants/tailleurs de gemmes pour acheter au meilleur prix, directement à la source, et pouvoir ainsi proposer des tarifs de grossiste à sa clientèle.

## Les gemmes précieuses et fines comme produit d'investissement

Spécialisée dans la vente des pierres précieuses et fines de haute qualité pour les joaillers/Horlogers, Mediam Suisse a vu ces dernières années grandir et bondir la demande de clients privés, de «Family Offices», de sociétés d'investissement, pour la fourniture de gemmes pour du placement, principalement des pierres précieuses et fines de couleur.

Valeur concentrée en un petit objet, transmission aisée aux enfants, augmentation constante des prix... Les pierres de couleur semblent désormais reconnues comme une véritable valeur d'investissement, avec un niveau de valorisation très important; placées au coffre, ou pourquoi pas (?) montées en bijoux, elles représentent un excellent placement sur du moyen à long terme (cinq ans et plus).

Spinelles, grenats verts et oranges, saphirs, rubis, tourmalines d'exception, pour ne citer qu'elles, toutes les gemmes de couleurs de qualité se retrouvent désormais en bien plus forte demande que l'offre disponible sur le marché, ce qui fait toute leur attractivité en termes de patrimoine. Pour toute information sur le sujet, n'hésitez pas à contacter Alexandre Martin qui se fera un plaisir de répondre à toutes vos questions sur ce sujet passionnant.

## Rachats et transformations de vos bijoux anciens

Mediam Suisse peut aussi restaurer ou transformer les bijoux anciens, habiller les bagues, montres, bracelets... de somptueux pavages, avec un sertissage suisse parfait en «qualité horlogère». La maison propose aussi un service d'achat de bijoux anciens ou de rachat de pièces serties, de gemmes ou de collections de gemmes.

## Des collections d'inspiration méditerranéenne: la société «opsi-jewels»

Partenaire de cette jeune et brillante société vaudoise, Alexandre Martin diversifie son activité en lui proposant son expertise de gemmologue et diamantaire. Opsi-jewels propose de la joaillerie 100% Swiss Made, fabriquée entre Lausanne et Genève, dans les meilleurs standards de la haute joaillerie et du sertissage en qualité horlogère. Les collections de la talentueuse créatrice d'origine chypriote Antigone Kourea-Puech raviront les clients: «Ermione» ou la grenade au cœur de Rubis, «Mataki» ou l'œil protecteur en saphirs et diamants, Ilios ou le soleil d'opale diamanté. L'occasion de suivre cette entreprise fleurissante dont le succès s'explique par la qualité et la beauté de ses réalisations. Les ventes se font en ligne exclusivement sur [www.opsi-jewels.com](http://www.opsi-jewels.com), afin de permettre à ces pièces de haute-joaillerie d'être à des prix très accessibles.

**MEDIAM SUISSE** (maison mère - Neuchâtel)  
Rue du Crêt-Taconnet 15  
2000 Neuchâtel - Suisse  
+41 (0) 32 721 02 24  
contact@mediamsuisse.ch  
[www.mediamsuisse.ch](http://www.mediamsuisse.ch)

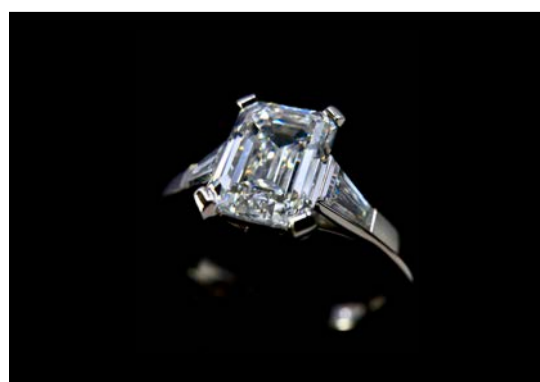


**MEDIAM**  
SUISSE

**OPSI-JEWELS** (Canton de Vaud)  
A.MARTIN +41 (0) 78 683 03 70  
Instagram: opsijewels  
[www.opsi-jewels.com](http://www.opsi-jewels.com)



**OPSI**  
jewels

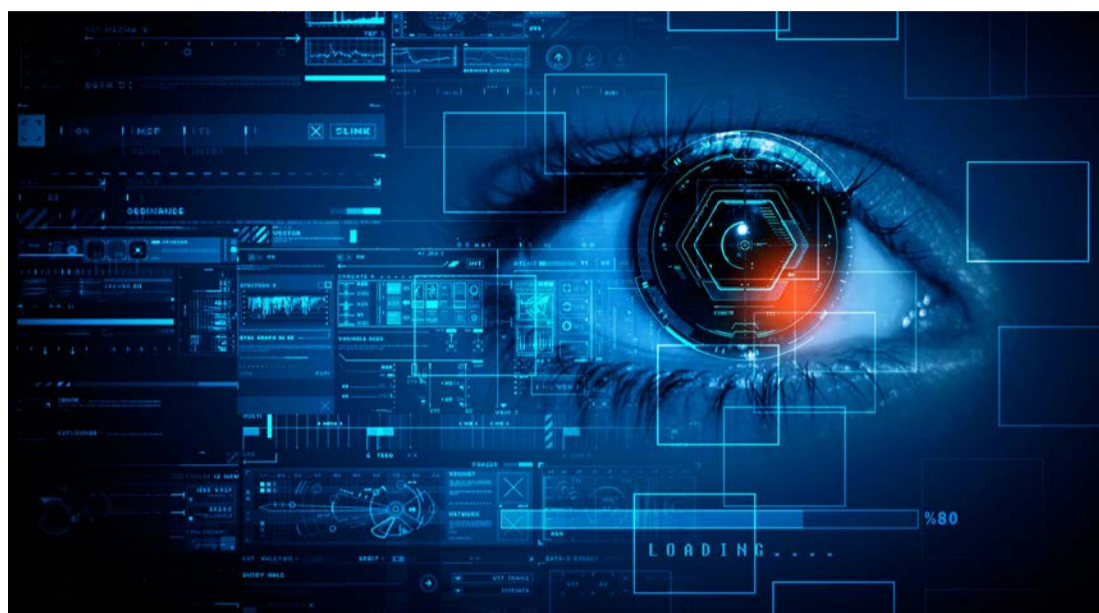


# Tests de cybersécurité pour le public et les PME

Dans notre société numérisée, la sécurité dans le cyberspace 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 cyberspace. 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 sur le thème de la cybersécurité.

## Des PME peu sensibilisées à ce sujet

De plus en plus d'aspects de la vie professionnelle se déroulent en 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 la 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 instaurent les mesures nécessaires. Les tests de

cybersécurité ont été réalisés à ce jour plus de 5100 fois (test pour débutants), 2800 fois (test pour utilisateurs avancés) et 390 fois (test pour PME). Simon Osterwalder: «Nos tests sont populaires parce qu'ils assistent concrètement les utilisateurs et les utilisatrices dans leur lutte contre la cybercriminalité.»

Suissedigital 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 radio, TV, Internet, de téléphonie et autres.

Le site web de l'association économique Suissedigital, [www.suissedigital.ch](http://www.suissedigital.ch), propose différents tests de cybersécurité destinés à sensibiliser le public et les PME aux dangers du cyberspace.

Testez votre cybersécurité  
[www.suissedigital.ch](http://www.suissedigital.ch)



**SUISSE DIGITAL**  
ASSOCIATION DE RESEAUX DE COMMUNICATION

**SUISSE DIGITAL**  
CONNECTE NOTRE PAYS

#LA CYBERSÉCURITÉ POUR TOUS  
Faites le Security Check sous [securitycheck.suissedigital.ch](http://securitycheck.suissedigital.ch)



ANNONCE

**SWISS ALP HEALTH**  
complete formulations

## Formulations exceptionnelles et complètes

**10'000 mg Collagène marin**

**Swiss vegan collagen alternative**

**BEAUTY POWER avec 10'000 mg de collagène**

**COMPLETE SWISS FORMULA no1 40+ INGRÉDIENTS**

**NEW PURE**

**Capsules Beauty Collagen complètes**

### ExtraCellWoman, Drink

Formation de collagène, peau, cheveux, ongles et bien-être.

Avec 30+ nutriments, la formule complète d'ExtraCellWoman contribue au maintien de fonctions corporelles normales: les systèmes immunitaire et nerveux, le métabolisme des graisses, le taux de cholestérol, la glycémie, la fonction hépatique, les os, les muscles, l'énergie, la peau, le tissu conjonctif, les cheveux et les ongles. Arôme fruits rouges.

### ExtraCellCollaVega, Drink

Formation de collagène, peau, cheveux, ongles et bien-être.

Formulation innovante vegan soutenant la formation de collagène, la peau, les cheveux, les ongles, l'énergie et la santé en général. Cette innovation contient un hydrolysat de protéines de riz exclusif, de la meilleure qualité, enrichi par des apports en acides aminés spécifiques. Une sélection de nutriments complète cette formulation exceptionnelle. Arôme orange.

### ExtraCellBeautyCollagen, Drink

Formation de collagène, peau, cheveux, ongles, tissu conjonctif.

Formulation exclusive et complète pour la peau, les cheveux et les ongles. Avec peptides de collagène, acides aminés, acide hyaluronique vegan, glucosamine vegan et plusieurs antioxydants, vitamines et minéraux. Arômes fruits rouges ou chocolat suisse.

### ExtraCellBeautyCollagen, Caps

Formation de collagène, peau, cheveux, ongles, tissu conjonctif, énergie et bien-être.

Capsules beauty complètes contenant du collagène marin, des acides aminés spécifiques, de l'acide hyaluronique, des plantes et des extraits de plantes de haute qualité, des vitamines et des minéraux.

### ExtraCellMan, Drink

Vitalité, énergie, bien-être, formation de collagène, peau, cheveux

Avec 40+ nutriments, la formule complète d'ExtraCellMan contribue au maintien de fonctions corporelles normales: taux de testostérone, fertilité, spermatogénèse et reproduction. De plus, ExtraCellMan contribue au maintien de la musculature, du métabolisme énergétique, du système nerveux, des performances intellectuelles, du système immunitaire, de la vision, du taux de cholestérol, du métabolisme des graisses, de la fonction hépatique, de la peau (et sa pigmentation), des muqueuses, des cheveux et des ongles. Arôme orange.

### ExtraCellCollagen mix & match, Drink

Formation de collagène, peau, cheveux, ongles, cartilage, ossature, musculature, contre le stress oxydatif.

ExtraCellCollagen mix & match réunit des protéines spécifiques (peptides de collagène de types I et III), des minéraux et des vitamines. Avec ExtraCellCollagen mix & match tu gardes l'entière liberté d'élaborer la boisson ou le plat de ton choix enrichi de collagène. Sans arôme.

Ces compléments alimentaires sont disponibles chez Amavita, Sun Store, Coop Vitality et auprès de nombreuses pharmacies indépendantes.

↓ Plus d'informations



**Made in Switzerland**  
[www.swiss-alp-health.ch](http://www.swiss-alp-health.ch)

Swiss Alp Health  
Tél: +41 21 711 33 11, [info\(at\)swiss-alp-health.ch](mailto:info(at)swiss-alp-health.ch)

**Cadeau!**  
1 ExtraCell Hyalo

Suite à l'achat de 2 produits Swiss Alp Health (en un seul achat) dans votre pharmacie ou droguerie, vous recevrez gratuitement 1 ExtraCell Hyalo.

Envoyez par courrier postal ce bon avec la quittance en indiquant votre nom et adresse à: Swiss Alp Health, Route de la Mortigüe 1, 1072 Forel ou envoyez-nous la quittance par email: [info\(at\)swiss-alp-health.ch](mailto:info(at)swiss-alp-health.ch)

Valable jusqu'au 30.06.2026

**ExtraCellHyalo**

Capsules pour le cartilage, la peau et le tissu conjonctif, avec acide hyaluronique hautement dosé (300 mg), MSM, curcuma, extrait de pépins de raisin avec OPC. Idéal en combinaison avec tous les produits Swiss Alp Health.

Non cumulable avec toute autre promotion ou rabais. Non valable pour achats dans les boutiques et pharmacies en ligne.

Mies Rolle Morges Mont-sur-Lausanne Paudex Villars-sur-Glâne Bulle Berne

# VOS CRÈCHES BILINGUES ET DURABLES EN SUISSE ROMANDE



## L'IMPORTANCE DES 1000 PREMIERS JOURS

Aujourd'hui, une certitude émerge : les 1000 premiers jours de vie sont une période-clé durant laquelle se joue l'essentiel de notre avenir, individuel comme collectif. À deux ans, 80 % des connexions neuronales sont déjà établies. Sommeil, alimentation, jeu, langage et émotions : nos projets pédagogiques fondés sur les neurosciences font grandir chaque enfant sereinement. Chez KidsCare, nous valorisons les compétences des parents, équipons les professionnels, et créons des environnements bienveillants pour vos enfants.



## OMNIPRESENCE DE LA NATURE

La nature fait partie intégrante de l'enfance et stimule la curiosité, le corps et l'esprit. Chez KidsCare, chaque enfant sort en extérieur tous les jours, quelles que soient la météo ou les saisons. Les promenades s'étendent au quartier, sur des places de jeux, au bord du lac, ou en forêt. Nos crèches proposent des espaces sécurisés et ludiques. Nous sensibilisons les enfants à l'écologie comme par le tri. Les repas sont préparés avec des produits bio, ou locaux et de saison.



## FLEXIBILITÉ POUR FAMILLES D'AUJOURD'HUI

La vie des familles d'aujourd'hui est pleine de surprises et d'aléas: chez KidsCare, nous nous adaptons à votre quotidien avec des horaires étendus et des crèches ouvertes toute l'année, hormis fêtes de fin d'année. Notre contrat flexible vous permet de choisir librement les journées de garde, sans minimum obligatoire et sans journées fixes. Via notre application, vous pouvez réserver facilement des jours supplémentaires et suivre la journée de votre enfant: ses repas, siestes, activités et photos.



RÉSERVEZ VOTRE VISTE SANS ENGAGEMENT



[www.kidscare.ch](http://www.kidscare.ch)  
[inscription@kidscare.ch](mailto:inscription@kidscare.ch)  
0041 21 907 60 65





# 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.

**M**ais 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'OFEFP (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



**Pas de chimie, pas de sel, mais de l'ingénierie pure, dans la plus authentique tradition suisse du travail bien fait.**

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 économique et respect de nos ressources.

Exclusivement pour les lectrices et lecteurs de la Tribune de Genève et de 24 Heures

Avec le code **QUALITE12**, bénéficiez de 12% de rabais sur votre commande jusqu'à fin avril 2026 sur [www.tratson.ch/fr](http://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»**



## De rives en rivages

DÈS **2'495.-**  
8 JOURS

Du 11 au 18 juillet 2026

### LES INCONTOURNABLES DE L'ANGLETERRE



- Stonehenge, le mystère du temple des solstices
- Oxford et Londres, deux incontournables
- Windsor, résidence préférée d'Elisabeth II

Partez à la découverte de l'Angleterre en commençant par le Brighton Pavilion, après avoir traversé la Manche depuis Calais. Visitez Salisbury et le site préhistorique de Stonehenge, puis Portland avec sa forteresse et les jardins d'Abbotsbury. Découvrez la ville de Bath avec ses maisons géorgiennes, puis Blenheim et Oxford avec leurs palais et collèges célèbres. Terminez ce voyage à Londres par une promenade sur la Tamise et la visite du château royal de Windsor. **Hôtels 3\* et 4\*, demi-pension, visites guidées, accompagnatrice et circuit en car Buchard**

DÈS **1'695.-**  
7 JOURS



Du 6 au 12 juin 2026

### LE NORD DE L'ALLEMAGNE ET SES VILLES LÉGENDAIRES



#### Une région qui réserve de belles surprises

Partez en direction de Mayence et découvrez cette ville allemande, sa cathédrale Saint-Martin et le musée Gutenberg. Poursuivez vers Münster et Brême, deux villes au riche patrimoine historique. Continuez vers Hambourg avec une visite de son centre-ville, des quartiers de l'Alster et une croisière dans l'un de ses ports les plus actifs. Rejoignez ensuite Lübeck, dont la vieille ville médiévale piétonne est classée à l'*UNESCO*, puis Schwerin et son château qui fascine tant. **Hôtels 3\* et 4\*, demi-pension, guide accompagnatrice et trajet en car Buchard**

- Brême, ses célèbres musiciens et ses anciens tonneliers
- Hambourg, la grande fierté du Nord
- Lübeck, reine des villes hanséatiques

DÈS **1'295.-**  
5 JOURS



Du 13 au 17 septembre 2026

### CROISIÈRE 2 FLEUVES



#### Croisière entre vignobles et châteaux forts

Partez pour une croisière sur le Rhin et la Moselle, de Strasbourg à Mayence. Vous découvrirez le village de Cochem et son château de Thurant, longerez la vallée avec ses paysages viticoles et le célèbre rocher de la Lorelei, et visiterez Rüdesheim avec sa Drosselgasse animée. La croisière se termine à Mayence où vous pourrez admirer la cathédrale Saint-Martin et le musée Gutenberg tout en profitant de moments de détente à bord et de soirées musicales assurées par Rocco. **Cabine double extérieure, pension complète, soirée de gala, accompagnatrice et transferts en car Buchard**

- Bateau privatisé pour les clients Buchard
- Le rocher de la Lorelei, source de mythes et de poésie
- Soirée libre à la Drosselgasse, réputée pour son ambiance animée et ses tavernes traditionnelles

RÉSERVEZ  GARANTIE DE VOYAGE

WWW.BUCHARD.CH • 027 306 22 30

Lieux de départ au plus près de chez vous, depuis les cantons de GE, FR, NE, VD et VS

Les tarifs sont indiqués par personne, sur la base d'une occupation en chambre ou cabine double.

**BUCHARD**  
Voyages

# CROISIÈRES EN MÉDITERRANÉE

ITALIE - FRANCE - BALÉARES - ESPAGNE

## AU GRÉ DES TRÉSORS CÔTIERS

8 jours à bord du Costa Pacifica

- + Transferts aller - retour en car Buchard
- + Cabine vue mer (balcon en supplément)
- + 5 excursions au programme et une journée en mer
- + Pension complète
- + Forfait boissons inclus durant toute la croisière
- + Accompagnement Buchard tout au long de la croisière

Du 21 au 28 juin

Fr. 1'890.-\*

\*par personne en cabine double



MAJORQUE - SARDAIGNE - CORSE

## ÉCLIPSE SOLAIRE ET BEAUTÉS INSULAIRES

7 jours à bord du navire Le Renaissance

- + Un navire « Belle Époque » aux proportions humaines
- + Éclipse solaire admirée en pleine mer
- + Palma, ville vibrante aux plages dorées
- + Les charmantes cités d'Alghero et Bonifacio
- + Cabine vue mer (climatisée)
- + Pension complète à bord
- + Forfait boissons inclus durant toute la croisière (hors carte spéciale)

Du 11 au 17 août

Fr. 1'890.-\*

\*par personne en cabine double



**HUGO**  
— + —

# PLUS SUISSE TU MEURS

*Les sauces suisses HUGO*



**Commandez en ligne!**  
[hugoreitzel.ch](http://hugoreitzel.ch)





# PORTES OUVERTES 20 & 21 MARS

- **Leasing 0%** sur une sélection de véhicules neufs
  - **Prime de reprise de CHF 1'500.-**
  - **Rabais flotte attractif jusqu'à 23%**
- ... et bien plus encore, passez nous voir !

Mercedes-Benz



[mercedes-chevalley.ch](https://www.mercedes-chevalley.ch)

\*Offre valable du 01.03.26 au 31.03.26, uniquement sur une sélection de véhicules de stock. Non valable sur les rabais diplomatiques, cumulable avec les offres flotte. Leasing Mercedes Financial uniquement sur 36 et 48 mois avec ou sans apport. Prime de reprise valable sur tout le stock, hors commande uniquement les 20 & 21 mars. Cette prime est cumulable avec les offres en cours. Voir conditions en agence.

**GROUPE CHEVALLEY** VOTRE PARTENAIRE AUTOMOBILE

**ATHÉNÉE** COINTRIN

**ÉTOILE** GENÈVE

**MARBRIERIE** CAROUGE

**A&S CHEVALLEY** NYON

**RICOTER**

Terreau suisse



Par amour  
de la terre.