

# Mon **ENTREPRISE**

Le magazine d'AXA destiné aux PME

**Cybersécurité:  
les principaux risques  
pour les PME**

Page 22

**Gestion de la santé:  
mieux vaut prévenir  
que guérir**

Page 30



## **Médias sociaux: malédiction ou bénédiction?**

**Tony Mola, fondateur et propriétaire de  
Black Frame Studios, est convaincu de leurs  
avantages pour les PME.**

Page 8

## La passion dans la peau

Je suis curieuse depuis ma plus tendre enfance. Quand je découvre une nouvelle plante, je réfléchis aux composants que nous pourrions utiliser pour nos produits cosmétiques. Mon équipe et moi-même sommes biochimistes et biotechnologistes: nous connaissons donc tous parfaitement le fonctionnement de notre peau. Depuis douze ans, nous développons dans nos laboratoires des cosmétiques naturels et des soins dermatologiques pour notre clientèle. Je travaille dans le secteur des cosmétiques depuis 25 ans. Toujours avide d'apprendre, j'ai également suivi des études de marketing et d'économie d'entreprise en parallèle de

mon activité. Lorsque j'étais étudiante freelance, j'ai lancé des produits cosmétiques en Asie. Une période passionnante: à trois heures du matin, l'effervescence régnait dans les bureaux coréens et le fax était pris d'assaut. J'étais en ligne de bon matin avec le Japon et le soir avec le marketing aux États-Unis. C'est à ce moment qu'est née mon envie de superviser entièrement un produit, de sa conception à sa commercialisation. Je suis fière d'accompagner, de l'idée initiale à la mise sur le marché, toutes ces nouvelles marques de cosmétique innovantes.

[jw-partner.ch](http://jw-partner.ch)



Judite Weyermann,  
fondatrice et CEO de  
Cosmetic Consulting,  
JW & Partner GmbH

Gianfranco Albertella,  
propriétaire et directeur  
de Monogramme

## Le mariage de l'élégance, du confort et de la qualité

J'ai longtemps fait confectionner mes vêtements sur mesure, mais n'étais pleinement satisfait que lorsque je me rendais en Italie. D'où une idée: pourquoi ne pas offrir ce service apprécié ici même à Bienne? C'est ainsi que Monogramme a vu le jour début 2010. Nos produits sont totalement différents de ceux des autres magasins ou boutiques en ligne. Aujourd'hui, la clientèle privilégie de plus en plus la qualité par rapport à la quantité. Les hommes sont prêts à dépenser un peu plus pour un costume dont ils pourront profiter plus longtemps. Le concept de Monogramme inclut également le plaisir: le plaisir de découvrir des tissus, des coupes, des couleurs, et de se faire conseiller pour l'achat d'un vêtement sur

mesure. Depuis quelques années, nous proposons également des costumes de mariage. Les conseils et l'essayage s'inscrivent pleinement dans cet événement inoubliable. Notre showroom est situé dans un ancien manoir, où un accueil discret mais chaleureux est réservé aux clients. Établir une relation est très important à mes yeux, et je suis fier d'avoir réussi, en partant de zéro dans un environnement difficile, à gagner la reconnaissance de mes clients. Des clients qui viennent parfois de loin pour trouver le confort incomparable et le plaisir qu'offre un vêtement sur mesure spécialement confectionné pour eux.

[monogramme.ch](http://monogramme.ch)



**Vous venez juste de servir un client,**



**maintenant vous effectuez une demande d'autorisation de travail du dimanche.**

S'inscrire gratuitement dès maintenant!  
Le portail en ligne des entreprises  
**EasyGov.swiss**

**easygov**



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra



## IMPRESSUM

### Éditeur:

AXA, Newsroom

### Adresse de la rédaction:

AXA, «Mon Entreprise»  
Römerstrasse 17  
8400 Winterthur  
www.meine-firma.ch  
E-mail: meine.firma@axa.ch

### Rédaction:

Melanie Ade (rédactrice en chef)

### Ont collaboré à ce numéro:

Seraina Acker, Simona Altwegg, Anna Ehrensperger, Marion Fehr, Marcel Rubin

### En ligne:

Urs Wildi

### Traductions:

Language Services, AXA

### Conception et production:

Der Layouter,  
Marco Vara, AXA Newsroom

### Impression et expédition:

Swissprinters AG  
Brühlstrasse 5  
CH-4800 Zofingen

### Parution:

trois fois par an en français,  
en allemand et en italien

### Tirage:

84 000 exemplaires

### Régie publicitaire:

Galledia Fachmedien AG  
Burgauerstrasse 50  
9230 Flawil  
Tél. 058 344 97 69  
ornella.assalve@galledia.ch  
www.galledia.ch

### Changements d'adresse et

### désabonnements:

merci d'adresser vos  
demandes à  
meine.firma@axa.ch



myclimate.org/01-22-310953



Nous sommes aussi présents sur LinkedIn. Venez consulter notre page:

[www.linkedin.com/company/meine-firma](https://www.linkedin.com/company/meine-firma)

Des contenus passionnants, sur papier et en ligne.



2 Ma fierté: Judite Weyermann, Cosmetic Consulting, JW & Partner GmbH

3 Ma fierté: Gianfranco Albertella, Monogramme

## 7 Sécurité

8 Social Media Marketing: comment les PME suisses peuvent tirer profit des réseaux sociaux et quels sont les aspects à prendre en compte

14 Protection juridique: quand un crédit de transition se termine en litige

## 17 Succès

18 Solution de flotte classique ou abonnement auto? Deux PME nous présentent les avantages de chaque concept.

22 Cybercriminalité: Tobias Ellenberger, expert en cybersécurité, nous expose les risques principaux encourus par les PME et les méthodes pour se protéger.

24 Graphique: Le règne des médias sociaux

## 25 Responsabilité

26 Dans notre grand entretien, Daniel Gussman, Chief Investment Officer, nous explique pourquoi il reste optimiste malgré l'assombrissement de la conjoncture.

30 Pouvoir compter sur des équipes motivées et en bonne santé grâce à la gestion de la santé dans l'entreprise

34 Ma fierté: Robert H. Wohlfahrt, Cancan Watch

35 Ma fierté: Walter Illi, Antik-Spielzeug

# Savoir maîtriser les risques

Les cyberattaques ciblant les PME ont fortement progressé au cours des dernières années. À tel point que la question n'est plus de savoir si l'on risque une attaque, mais plutôt quand.

Malgré cela, les PME restent très peu sensibilisées à la cybercriminalité.

Nous vous présentons les principaux risques et vous expliquons comment vous en prémunir.

Le personnel est l'atout principal d'une entreprise et mérite à ce titre la meilleure protection possible. Des études montrent que des collaboratrices et des collaborateurs motivés sont plus performants et se montrent davantage loyaux envers leur employeur. À partir du moment où la gestion de la santé en entreprise n'est plus seulement perçue comme un «petit plus», elle peut avoir un réel impact sur l'activité. Au-delà de la classique corbeille de fruits, il existe des mesures et des outils efficaces qui ne reviennent pas forcément cher.

Vous trouverez plus d'informations sur ce sujet ainsi que sur l'entrepreneuriat en général dans la présente édition de notre magazine.

Bonne lecture!



Melanie Ade  
Rédactrice en chef de «Mon Entreprise»



**Un membre de votre  
équipe agit de  
manière inhabituelle?  
Parlez-en avec lui**

**Les problèmes de santé mentale ne sautent pas toujours aux yeux.**  
Sachez reconnaître les signes avant-coureurs et découvrez comment  
vous pouvez agir. [AXA.ch/sante-mentale](https://www.axa.ch/sante-mentale)

**Know You Can**

# Sécurité

## Questions des lecteurs

### Somme d'assurance réduite

Un collègue a récemment été victime d'un violent incendie dans son magasin. Il s'est plaint de ne pas avoir été suffisamment indemnisé par son assurance incendie. Quelles pourraient en être les raisons?  
**T. D., Sulgen**

Il est probable que l'indemnité versée à votre collègue a été réduite pour cause de sous-assurance. Autrement dit, le jour du sinistre, la valeur de remplacement de ses marchandises et installations dépassait nettement celle indiquée dans la police de l'assurance de choses et ne correspondait donc pas à la somme d'assurance convenue. C'est pourquoi l'indemnité a été réduite proportionnellement à cette sous-assurance. Pensez à vérifier régulièrement la valeur totale de vos biens mobiliers, c'est-à-dire tous les biens meubles et les objets de valeur situés dans vos locaux. Les installations doivent être évaluées à la valeur à neuf et non à la valeur vénale ni à la valeur comptable (réserves latentes incluses), sur la base de votre bilan. Les marchandises achetées sont enregistrées au prix coûtant; celles fabriquées par l'entreprise, au prix de vente. Il faut en outre tenir compte des valeurs annuelles maximales. Votre conseiller ou conseillère en assurances vous aidera volontiers à calculer et à actualiser régulièrement la somme d'assurance à la valeur réelle.



**Fulvio Elia**  
Gestion des produits  
Clients Entreprises, AXA Suisse

Photos: Marco Varrà; m3d



## Les jeunes privilégient les titres

Plus de la moitié des moins de 30 ans ne possèdent pas de troisième pilier. Tel est le résultat de l'étude sur la prévoyance réalisée pour la troisième année consécutive par AXA Suisse. Cette étude bat en brèche l'idée selon laquelle le manque de ressources financières expliquerait à lui seul le peu d'intérêt des jeunes pour la prévoyance. Il s'avère que 66% d'entre eux estiment prématurée la mise en place d'une prévoyance individuelle.

Quelque 57% des moins de 30 ans choisissent une solution de placement en titres contre 38% chez leurs aînés, qui épargnent nettement plus souvent dans un pilier 3a classique (62%). De façon générale, l'épargne-titres est bien plus populaire chez les jeunes que dans le reste de la population. Même ceux qui n'en possèdent pas encore se sont déjà penchés sur le sujet (40%).

En matière d'épargne-titres, on constate globalement que les moins de 30 ans sont attachés au caractère durable de leurs placements (58%). Les jeunes souhaitent éviter les investissements nuisibles au climat et à l'environnement (83%) – un critère déterminant qui prévalait déjà, les années précédentes, pour les solutions de placement en titres durables. Nombre de jeunes (83%) estiment en outre que les investissements durables font partie intégrante d'une stratégie de placement moderne. Mais si les répercussions sur le budget sont trop douloureuses, leur intérêt s'évanouira aussitôt: plus de la moitié d'entre eux, pourtant en quête d'investissements durables, s'en détourneraient en cas de rendements décevants.

# Réseaux sociaux: mal nécessaire ou référence absolue?

Notre vie se déroule de plus en plus sur Internet. Les réseaux sociaux sont devenus un passage obligé, surtout pour la jeune clientèle. Mais toutes les PME doivent-elles réellement prendre le train en marche? Trois entreprises nous répondent.

Texte **Melanie Ade** Photos **Dan Cermak**

**L**es réseaux sociaux? Ce n'est absolument pas ma tasse de thé! Voilà une phrase que Fathima Iftthikar entend souvent. Outre sa fonction de responsable Social Media chez AXA, la jeune femme de 35 ans enseigne à l'université de Lucerne et à l'École-club Migros de Zurich, aidant ainsi les entreprises à développer leur potentiel en matière de réseaux sociaux. «Les PME ont tendance à sous-utiliser les réseaux sociaux, car à la différence des grands groupes, elles ne disposent pas des ressources nécessaires pour les exploiter pleinement. Beaucoup ne vont donc pas plus loin que la création d'un site.»

Un fait attesté par les chiffres de la Haute école spécialisée des Grisons. Selon un rapport d'étude paru en 2020, à peine un tiers des PME suisses sont présentes sur les réseaux sociaux, les plates-formes dominantes étant Facebook



## L'experte

**Fathima Iftthikar est titulaire d'un Bachelor of Science in Communications obtenu à l'University of Applied Sciences in Business Administration Zurich (HWZ). Outre sa fonction de responsable Social Media chez AXA, elle enseigne à l'École-club Migros de Zurich, à l'université de Lucerne et à la HWZ. Sa spécialité: l'importance des réseaux sociaux comme canal de communication, l'évolution historique, la stratégie, l'approfondissement des principaux canaux, la définition et la mesure des KPI.**

## Mon Entreprise

**Black Frame a été fondée en 2015 par Tony Mola, graphiste de formation et directeur artistique. Ayant pour devise «Nous pouvons tout faire, mis à part l'impossible», l'agence produit des contenus tels que des vidéos, des photos et du storytelling pour les grandes entreprises, les PME et les manifestations (festivals, événements d'entreprise, etc.). Le tout en ligne et hors ligne. Cette entreprise zurichoise, qui compte six salariés, a notamment à son actif la création de campagnes pour Coop, Swiss Ski, Lamborghini ou la Street Parade.**

[blackframe.ch](http://blackframe.ch)



[instagram.com/blackframestudios](https://www.instagram.com/blackframestudios)  
[facebook.com/blackframestudios](https://www.facebook.com/blackframestudios)  
[linkedin.com/company/blackframestudios](https://www.linkedin.com/company/blackframestudios)

(29,3%), Instagram (16,1%) et LinkedIn (12,4%). Mais ces nouveaux canaux de communication revêtent une importance croissante pour les PME, car la population suisse y est toujours plus présente, notamment sur Facebook, Twitter et Instagram. «Une entreprise se doit d'être là où est sa clientèle, affirme l'experte en réseaux sociaux. Sachant qu'aujourd'hui 90% des personnes font pratiquement tout sur leur téléphone portable, il est indispensable que les PME soient présentes sur les réseaux si elles veulent rester dans la course.»

## Sans visibilité, pas de clients

Tony Mola, fondateur et propriétaire de Black Frame Studios, à Zurich, ne dira pas le contraire. Ce directeur artistique de 34 ans, graphiste de formation, a ouvert son agence de création de contenus il y a huit ans. Avec ses six salariés, il développe des contenus numériques tels que des photos, des vidéos ou des campagnes de storytelling pour les entreprises et l'événementiel. Les réseaux sociaux constituent le cœur de métier de l'agence, et les grandes entreprises ne sont pas les seules à en profiter. De nombreuses PME sont venues gonfler le portefeuille de clients. Tony Mola sait que les réseaux sociaux offrent aux PME de multiples possibilités ainsi qu'une valeur ajoutée. «Les réseaux sociaux sont un bon moyen d'accroître la notoriété d'une entreprise. Car sans visibilité, pas de clients. Cela vaut aussi bien pour une marque horlogère de luxe que pour une pizzeria ou un nettoyeur de piscine.» Le principal n'est pas la vente en elle-même, mais l'instauration d'une relation avec la clientèle existante et, surtout, nouvelle. «Comme on dit si bien: les utilisateurs d'aujourd'hui sont les acheteurs de demain», rappelle ce natif d'Italie. Avec un ▶



Tony Mola, fondateur et propriétaire de Black Frame Studios, utilise les canaux numériques dans son travail et pour son propre marketing.





Severin Candrian et son équipe de feey AG font preuve d'habileté aussi bien avec les plantes que dans l'utilisation des réseaux sociaux.



## Mon Entreprise

«Les plantes? J'adore, mais avec moi, elles ne tiennent pas!» Sven Jakelj, Severin Candrian, Gabi Troxler et Janko Jakelj entendent contrer cette fatalité avec leur boutique en ligne consacrée aux plantes d'intérieur. Et leur concept fait mouche: après un marché de plusieurs millions décroché en 2021 dans la version suisse de l'émission allemande «Die Höhle der Löwen», la start-up a été sacrée quelques mois plus tard Digital Commerce Champion 2022. Fondée en 2019 et basée à Flawil (SG), elle emploie 18 personnes.

feey.ch



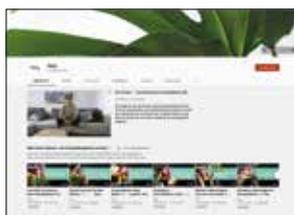
instagram.com/feey.pflanzen



tiktok.com/@feey.pflanzen



facebook.com/feey.pflanzen



youtube.com/channel/UCbr8AAT-MKXW5HDteFtK-tog

compte d'entreprise sur TikTok, Lamborghini ne vendra certes pas de voitures à ce groupe cible essentiellement mineur. Le constructeur peut néanmoins gagner des fans qui s'identifient aujourd'hui à sa marque et achèteront peut-être un véhicule dans vingt ans. Fathima Ifthikar partage cet avis: «Une présence sur les réseaux sociaux fait remonter les résultats de recherche sur Internet. Elle donne en outre un visage à l'entreprise et lève le voile sur ce qui se passe en coulisses. Le capital sympathie et la proximité s'en trouvent accrus, ce qui renforce la marque.»

### Priorité aux échanges avec la communauté

Black Frame ne se contente pas de produire des contenus. Elle est aussi très active sur les réseaux sociaux. «Nous investissons tous les canaux courants, en privilégiant toutefois clairement Instagram. Nous y échangeons avec notre communauté, abordons des clients ou des talents potentiels, et présentons nos projets. La plateforme Instagram a fini par supplanter notre site Web, car elle est plus rapide, plus claire et plus intuitive.» Black Frame a en revanche abandonné Facebook, le rapport prix-prestations étant trop défavorable. Tout le contraire de LinkedIn, qui a fortement gagné du terrain, affirme Tony Mola: «Les décideurs se pressent sur LinkedIn. Ce canal nous sert à positionner au mieux notre entreprise et notre travail.» De façon générale, l'entrepreneur estime qu'on ne peut pas publier le même post sur toutes les plates-formes. Les contenus doivent être adaptés à chaque canal, car le groupe cible et le style diffèrent radicalement selon qu'il s'agit d'Instagram, de TikTok ou de LinkedIn. «Il faut d'abord analyser et comprendre les différents canaux avant de les exploiter activement.»

### Nécessité d'élaborer une stratégie

Fathima Ifthikar prodigue le même conseil aux personnes qui suivent ses cours: «Première question à se poser: quel est mon groupe cible et sur quels canaux est-il présent?» Si TikTok et Snapchat attirent avant tout les jeunes, Instagram parle aux 21 ans et plus. Quant à Facebook, sa clientèle va surtout des plus de 35 ans aux plus de 65 ans. «Il est donc judicieux de vous demander en amont ce que vous attendez des réseaux sociaux, de vous familiariser avec les différentes plates-formes et d'analyser la concurrence.» Nul besoin d'élaborer un plan stratégique de dix pages, mais mieux vaut se livrer à quelques réflexions avant de se lan-

cer, préconise l'experte: «Les réseaux sociaux exigent du temps, des ressources et un budget qu'il ne faut pas sous-estimer. Aussi est-il préférable de se concentrer au début sur un ou deux canaux plutôt que d'en exploiter plusieurs, mais seulement à moitié.»

### Rapport entre investissement et retombées

Pour Severin Candrian et son entreprise feey AG, les premiers pas sur les réseaux sociaux sont bien loin. En 2019, ce natif de l'Engadine s'est associé à Sven et Janko Jakelj et à Gabi Troxler pour créer une boutique en ligne dédiée aux plantes d'intérieur, afin de permettre aux gens d'aménager un petit coin de verdure chez eux. Un concept qui explique leur sens du détail: «Nous ne sommes pas un grossiste qui se contente de commander et d'expédier sa marchandise. Chez nous, les plantes sont mises en pot dans une terre spéciale de notre cru et traitées contre les parasites. Nous les choisissons avant de les envoyer, accompagnées d'un mode d'emploi complet et d'un mot personnel.» Tout est fait main. Si la start-up s'en remet à sa touche personnelle pour créer une expérience client, elle mise pleinement sur les canaux numériques pour son marketing. Severin Candrian souligne les avantages des réseaux sociaux: «Pour une start-up, il est plus facile de se lancer en recourant au social media marketing. La charge de travail liée à la publication d'un post est faible, et ce qui fonctionne ou pas saute tout de suite aux yeux. À l'inverse, les affiches publicitaires requièrent un investissement plus important, pour un effet difficilement mesurable.»

### Transmettre le savoir, favoriser l'échange

L'entreprise feey travaille, elle aussi, selon l'approche «top-down». Comme l'explique le responsable du design: «Nous analysons les recherches sur Google portant sur les plantes d'intérieur, puis élaborons une vidéo grand format compatible avec YouTube ou un article de blog. Nous en diffusons des extraits, les snippets, sur TikTok et Instagram.» Des posts sont publiés chaque jour, voire plusieurs fois par jour, sur ces deux plates-formes. «Sauf le samedi, jour de repos!» lance le sympathique Grisson dans un éclat de rire. C'est lui qui conçoit les contenus sur Instagram. Le volet TikTok est confié à une responsable de contenus dédiée à ce canal. «Nous pensons que TikTok est la plateforme majeure de demain et tenons à y être très présents.»

## Mon Entreprise

**De la petite fête privée au grand événement d'entreprise comptant 3000 invités, Ragaz Catering et son équipe de huit personnes, spécialistes de la gastronomie et de l'événementiel, se fait fort de répondre aux souhaits individuels. Du service de livraison à l'offre tout compris, elle assure l'organisation complète d'événements. Fondée en 2009, l'entreprise est spécialisée dans l'événementiel hors site. Elle possède aussi une salle et un barbecue à charbon de bois de 100 m, le plus long de Suisse!**

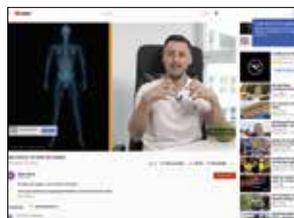
[ragazcatering.ch](http://ragazcatering.ch)



[instagram.com/ragazcatering](https://www.instagram.com/ragazcatering)  
[instagram.com/stufenbau\\_eventlocation](https://www.instagram.com/stufenbau_eventlocation)



[facebook.com/ragazcatering](https://www.facebook.com/ragazcatering)  
[facebook.com/stufenbau](https://www.facebook.com/stufenbau)



[youtube.com/watch?v=y\\_\\_aCoQ4ZjI](https://www.youtube.com/watch?v=y__aCoQ4ZjI)

La start-up mise sur les contenus organiques, c'est-à-dire non payés: «Notre but premier n'est pas d'utiliser les réseaux sociaux pour vendre des produits, mais pour nous positionner comme experts en plantes.» Severin Candrian conseille aux PME de se montrer ouvertes aux réseaux sociaux et d'essayer, tout simplement: «Ces canaux permettent d'échanger avec sa communauté, d'entamer un dialogue et de recueillir son avis. Des posts authentiques sont un bon moyen de montrer les personnes et les coulisses de l'entreprise et de renforcer ainsi sa propre marque. Une entreprise suivie sur Instagram sera préférée à la concurrence dans la vraie vie.»

### Apprendre des jeunes

Fathima Ifthikar met en avant un point essentiel: «Quand je recherche un hôtel ou un service, je consulte d'abord Internet. En général, je choisis le prestataire ou l'hôtel dont le site Internet et la page sur les réseaux sociaux me plaisent davantage et me semblent plus professionnels.» D'où l'intérêt d'investir les ressources adéquates, ne serait-ce que pour des raisons économiques. Il n'est pas nécessaire de passer par une agence externe. Des membres du personnel jeunes ou attirés par le numérique, actifs en privé sur les réseaux sociaux, peuvent faire l'affaire. «Pensez à exploiter le savoir-faire et les connaissances internes!»

### Problème de capacité

Simon Ragaz mise, lui aussi, sur du personnel attiré par le numérique. À la tête de l'entreprise Ragaz Catering depuis 2009, ce cuisinier de formation gère deux comptes professionnels: l'un pour Ragaz Catering, l'autre pour «Stufenbau», une salle événementielle appartenant à l'entreprise. Simon Ragaz est convaincu de l'importance croissante des réseaux sociaux comme canal de communication, surtout dans sa branche: «En tant que traiteur et organisateur d'événements privés et professionnels, nous disposons de ce seul outil pour communiquer avec le public et nous faire connaître.» Voilà donc des années qu'il publie régulièrement des posts sur Facebook et Instagram. S'il a choisi ces deux canaux, c'est parce que ses groupes cibles s'y trouvent... et qu'il y est lui-même présent, déclare-t-il en riant.

Lui aussi a néanmoins dû rapidement faire face à un problème de capacité: «Je gérais nos réseaux sociaux, mais je manquais de temps pour m'y consacrer vraiment. Mon joli plan de ré-

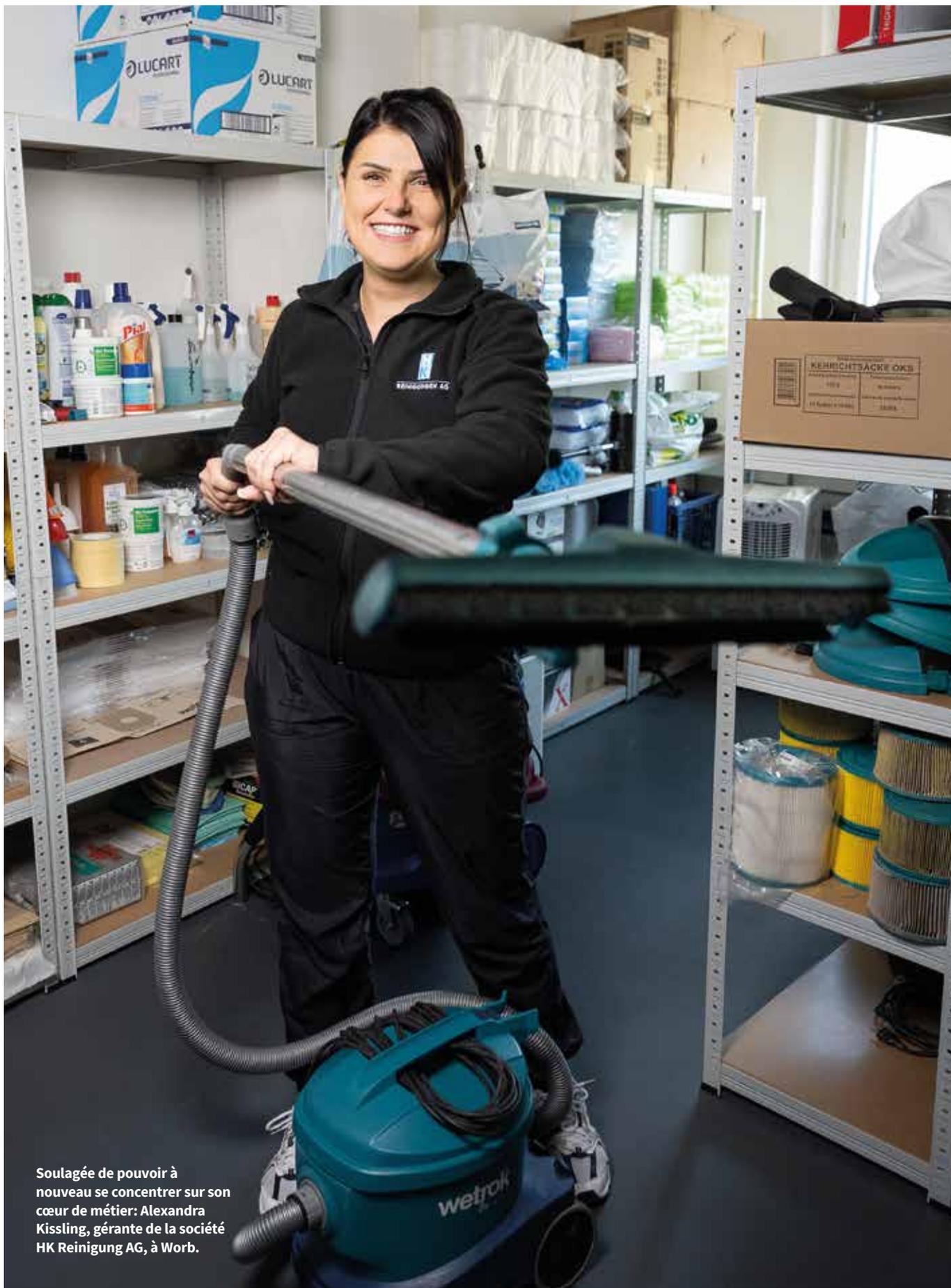
daction a vite fini au fond d'un tiroir. De plus, à chaque fois que j'avais du temps au bureau pour réfléchir à des publications intéressantes, je n'avais pas de contenus à poster. Et quand l'occasion s'y prêtait lors d'événements, j'avais mille autres choses à gérer. Cela ne pouvait pas durer.» L'entrepreneur n'a pas tardé à embaucher une free-lance, d'abord à l'essai. «Elle nous aidera à professionnaliser notre présence sur les réseaux sociaux et, j'espère, y fera souffler un vent de fraîcheur tout en apportant son point de vue extérieur.» Le nouveau concept visuel doit être planifié et analysé afin de déterminer ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Simon Ragaz prévoit aussi de consacrer un petit budget marketing aux réseaux sociaux: «Il m'est rarement arrivé de sponsoriser des publications ou d'en analyser a posteriori. Je compte y remédier pour utiliser le budget de manière encore plus ciblée et éviter de me disperser.»

### Ne pas se fixer d'objectifs trop élevés

Simon Ragaz conseille aux futurs utilisateurs des réseaux sociaux de commencer modestement: «Des objectifs d'emblée trop élevés ne peuvent que générer de la frustration s'ils ne sont pas atteints.» Bien que convaincu de la valeur ajoutée des réseaux sociaux pour de nombreuses PME, Simon Ragaz n'encourage pas pour autant chaque dentiste à publier des photos de son travail: «Certaines entreprises n'ont pas besoin des réseaux sociaux pour assurer leur succès. Et celles qui ne sont pas performantes ne le deviendront pas par magie, uniquement grâce à un compte Facebook.» On ne saurait mieux dire. ●



La cuisine n'est pas la seule activité pour Simon Ragaz et son entreprise Ragaz Catering. La publication de posts sur les réseaux sociaux joue aussi un rôle important.



Soulagée de pouvoir à nouveau se concentrer sur son cœur de métier: Alexandra Kissling, gérante de la société HK Reinigung AG, à Worb.

# Prêt à court terme: l'interminable parcours du combattant

Bien qu'elle ne propose normalement pas de services financiers, la société HK Reinigung AG a accordé, fin 2018, un crédit de transition à un entrepreneur (alors) de ses amis. Ce qui devait être un soutien temporaire a viré au cas juridique, dont l'onde de choc financière et émotionnelle se propage aujourd'hui encore.

Texte Marcel Rubin Photos Marco Vara

**P**as facile pour Alexandra Kissling de revenir sur ce qu'a vécu son entreprise familiale, et nul besoin d'être médium pour saisir que l'enjeu n'a pas été que pécuniaire. Tout commence en 2018. À cette époque, Alexandra occupe depuis sept ans la fonction de gérante pour son père. Celui-ci a tissé au fil de sa carrière un dense réseau professionnel, grâce auquel sa société est fortement ancrée dans la région et entretient des relations de confiance avec ses nombreux partenaires commerciaux. Connue pour sa gentillesse, Hans Kissling est apprécié de tous, souligne sa fille Alexandra, qui comprend donc d'autant moins que l'on ait pu profiter de lui aussi éhontément.

## Petit crédit entre amis

C'est vers la fin de l'année qu'arrive le coup de fil qui sera lourd de conséquences: un collègue de Hans souhaite acquérir un bien-fonds et a besoin d'argent pour assurer la transition en attendant de réaliser une vente immobilière prévue. Toujours prêt à aider, Hans répond positivement. Loin cependant d'être naïf, il vérifie que le demandeur ne fait pas l'objet de poursuites, personnelles ou professionnelles, avant de rédiger un contrat stipulant que le prêt sans intérêt devra être remboursé au bout

«Alors que nous formulions clairement nos attentes, le débiteur ne répondait pas ou se montrait insolent. Il a continué de nous mener en bateau.»

Alexandra Kissling,  
HK Reinigung AG

de quelques mois (le critère étant la réalisation de ladite vente immobilière).

Avec le recul, Leo Loosli, juriste chez AXA-ARAG et chargé du dossier de la famille Kissling, observe que la situation juridique initiale n'était pas si limpide que cela: «Malheureusement, le contrat de prêt présentait des contradictions, d'où la difficulté d'exercer les prétentions. Un passage chez un notaire aurait permis de s'assurer que les dispositions nécessaires avaient été prises pour éviter les zones d'ombre et régler formellement les garanties.» En février 2019, Alexandra Kissling doit se rendre à l'évidence: le débiteur exploite sans aucune gêne le flou des modalités de remboursement.

## Ni argent ni explications

En dépit de l'accord passé, l'argent ne rentre pas. Alexandra, qui assure la suppléance en l'absence de son père, est atterrée. Elle appelle le débiteur en espérant obtenir une explication plausible et des excuses, mais elle se heurte à un mur, avec la simple assurance de ne pas s'inquiéter: d'après le débiteur, la vente de la maison ne se serait pas déroulée selon ses plans, d'où le retard du remboursement. Le «collègue» gardera son ton hautain et cassant lors de tous les contacts suivants, téléphoniques ou écrits. «Alors que nous formulions clairement



«Dans ce genre de situation, mieux vaut consentir à quelques frais et confier la rédaction ou l'examen du contrat à un professionnel», conseille Leo Loosli, expert juridique chez AXA-ARAG.

nos attentes, le débiteur ne répondait pas ou se montrait insolent. Il a continué de nous mener en bateau», relate Alexandra.

### Soutien juridique et émotionnel

Après des demandes répétées, le débiteur semble revenir à de meilleurs sentiments; mais ce ne sera qu'un leurre. Certes, il vire çà et là de petits montants à HK Reinigung AG, histoire de gagner du temps, mais rien ne montre qu'il a l'intention de rembourser l'intégralité de sa dette. Quand il admet finalement ne pas être en mesure de payer, la famille Kissling panique. Hans appelle alors son assurance de protection juridique à la rescousse.

«Heureusement que HK Reinigung AG avait une marge financière suffisante; de tels cas peuvent en effet mettre en péril l'existence même d'une société», explique Leo Loosli. Lorsque notre juriste d'AXA-ARAG s'empare du dossier, on est en 2021: autrement dit, la situation s'enlise depuis déjà trois ans. Malgré l'assise financière, la famille Kissling accuse le coup émotionnellement. «Subitement, le débiteur s'est mis à nous bombarder d'appels pour nous convaincre de ne pas engager de poursuites judiciaires. La situation est vite devenue intenable, à tel point que j'ai renoncé à tout contact direct avec cette personne», ajoute Alexandra. Une réaction que Leo Loosli comprend parfaitement: «Même les cas juridiques

### AXA-ARAG

**AXA-ARAG, leader de la protection juridique en Suisse, est une filiale d'AXA indépendante sur le plan juridique. Elle assure les particuliers ainsi que les entreprises, de la PME à la grande entreprise en passant par la start-up. Elle conseille les sociétés dans toutes les questions juridiques et est un partenaire solide qui se tient à leurs côtés en cas de litige.**

[axa-arag.ch](http://axa-arag.ch)

### Mon Entreprise

**Hans Kissling a créé son entreprise de nettoyage en 1998 à Worb. À l'époque, il travaillait encore lui-même sur le terrain. Aujourd'hui, 40 collaboratrices et collaborateurs assument les prestations de nettoyage de bâtiments, de service immobilier et d'entretien. Alexandra Kissling, la fille du fondateur, est gérante adjointe depuis 2011.**

[hkag.ch](http://hkag.ch)

a priori simples peuvent être une épreuve pour les personnes concernées. C'est pourquoi il est important de recourir le plus tôt possible à une assistance juridique professionnelle.»

### Argent récupéré, mais à quel prix!

Or le dossier Kissling est loin d'être simple: même après que le juriste d'AXA-ARAG a intenté une action en justice contre le débiteur, la famille Kissling traverse une longue période de doute. Bien évidemment, elle s'est aussi sentie soulagée d'un poids énorme. Et Alexandra de confirmer: «Nous avons envoyé tous les documents à Leo Loosli, qui a tout de suite pris les choses en main. Il nous a littéralement sauvés, nous ne savions plus quoi faire. La protection juridique a allégé notre charge psychologique.» Le dossier a été réglé avec succès, mais ce fut un véritable parcours du combattant. Par chance, une procédure judiciaire longue et coûteuse a pu être évitée, et une solution acceptable a été trouvée pour la famille Kissling.

À l'heure actuelle, HK Reinigung AG reçoit tous les mois une tranche de remboursement; il faudra six ans à compter de l'octroi du prêt pour que l'entreprise récupère l'intégralité de son dû. Six longues années au lieu des deux ou trois mois prévus à l'origine. Alexandra sait en tout cas qu'on ne l'y reprendra plus. Pour Leo Loosli, c'est une évidence: «Dans ce genre de situation, mieux vaut consentir à quelques frais et confier la rédaction ou l'examen du contrat à un professionnel.» Quant à Alexandra Kissling, elle ne peut que se féliciter que cette mésaventure soit bientôt de l'histoire ancienne. Si toutefois c'était à refaire, elle s'adresserait bien plus tôt à sa protection juridique! ●

# Succès

## Questions des lecteurs

### Aide aux personnes réfugiées d'Ukraine

Gérante d'un institut de beauté, je souhaiterais me montrer solidaire et engager une réfugiée ukrainienne. De quoi dois-je tenir compte?

Z. S., Zoug

Vous devez d'abord entreprendre les démarches en vue d'obtenir un permis de travail pour cette personne: si les bénéficiaires du statut de protection S ont désormais le droit d'exercer une activité lucrative sans délai d'attente, un permis de travail reste indispensable. L'autorisation d'exercer une activité salariée provisoire peut être délivrée dès que la personne a obtenu le statut de protection S. En tant qu'employeuse, vous devez vous adresser aux autorités du marché du travail de votre canton. Sont à joindre à votre demande: une copie du passeport de la personne réfugiée, une copie de son permis S et un contrat de travail signé par les deux parties (les conditions de salaire et de travail doivent être conformes aux usages locaux et professionnels). Autrement dit, vous n'avez pas le droit de rémunérer votre future employée aux conditions en vigueur en Ukraine. Pour le reste, ce sont les dispositions courantes du droit suisse qui s'appliquent, à savoir le code des obligations, la loi sur le travail et les conventions collectives de travail (CCT) spécifiques aux branches.



**Céline Degen**  
Juriste chez AXA-ARAG

Photos: iStock; mäd



## Deux millions de m<sup>2</sup> dédiés à la biodiversité

Les spécialistes s'accordent sur une chose: la revalorisation et l'extension des surfaces dévolues à la biodiversité constituent un moyen efficace de lutter contre les effets du changement climatique. Car une biodiversité saine garantit la conservation à long terme de nos ressources naturelles et agit favorablement sur le climat. AXA Suisse a donc décidé, pour marquer son 150<sup>e</sup> anniversaire en 2025, de revaloriser dans les années à venir une surface d'environ deux millions de m<sup>2</sup> en biodiversité, soit un mètre carré pour chaque cliente et chaque client. Cette initiative, qui s'inscrit dans la nouvelle stratégie climatique de l'entreprise, a été baptisée «Flora Futura».

Avec le déploiement de «Flora Futura», AXA Suisse entend créer des surfaces de biodiversité supplémentaires pour contribuer à la qualité de vie de chacun. Dans ce contexte, elle travaille avec des spécialistes de la biodiversité: partenariat avec «Mission B», une plate-forme créée par la RTS pour promouvoir la biodiversité, et coopération avec l'agence oekoskop ag. Les projets soutenus par AXA dans le cadre de l'initiative «Flora Futura» englobent notamment la plantation d'arbres à haute-tige, la réhabilitation des châtaigniers, le débroussaillage par des chèvres itinérantes, la renaturation d'étangs abritant des amphibiens et la revalorisation d'espaces verts en bordure de route. Toutes les régions de Suisse peuvent proposer des initiatives.

[AXA.ch/responsabilite](https://www.axa.ch/responsabilite)

Chez Notterkran, la livraison de véhicules prêts à l'emploi et calés sur les besoins internes est grandement appréciée: Patrick Schläpfer, responsable des finances.



# Des solutions pour les véhicules d'entreprise

Une flotte d'entreprise n'a pas forcément à être gérée de manière classique. À côté des solutions traditionnelles, il existe de nouveaux modèles flexibles d'abonnement. Chaque formule a ses avantages.

Texte Marion Fehr Photos Marco Vara

**A** Laax, les pick-up aux couleurs des remontées mécaniques de Weisse Arena servent surtout l'été, pour assurer la maintenance des installations ou entretenir les sentiers de randonnées, les pistes VTT et les systèmes d'enneigement. L'hiver, les véhicules tout terrain encombrant donc inutilement les parkings destinés en priorité aux visiteurs des 224 kilomètres de pistes que compte ce vaste domaine skiable. «La flotte d'entreprise à l'année s'est longtemps imposée faute d'alternative, mais l'apparition des abonnements a changé la donne», indique Corsin Clopath, responsable des services de pistes et de sauvetage chez Weisse Arena. De fait, depuis trois ans, l'entreprise souscrit un abonnement limité aux mois d'été pour huit véhicules, six affectés à l'entretien des remontées mécaniques et deux à l'exploitation des restaurants. «En hiver, nous examinons nos besoins pour la saison à venir et prenons nos dispositions auprès d'UPTO, le prestataire de nos abonnements», explique Corsin Clopath. Ces besoins sont fonction des

## Mon Entreprise

**Les remontées mécaniques Weisse Arena, détenues par le Groupe Weisse Arena basé à Laax, veillent, avec leurs 250 collaborateurs et collaboratrices, à offrir aux visiteurs un séjour inoubliable en montagne. Elles exploitent 28 installations qui transportent jusqu'à 20 000 personnes les jours d'affluence. Elles préparent également les 224 kilomètres de pistes, les cinq snowparks et les deux halfpipes. L'enneigement, les secours sur les pistes, la billetterie et les infrastructures complètent cette palette d'activités.**  
weissearena.com

travaux à effectuer: «Lorsque d'importants chantiers sont prévus, nous engageons plus de main-d'œuvre et avons donc besoin de plus de véhicules. Et il faut transporter davantage de matériel en altitude, ce qui suppose, là aussi, d'avoir plus de véhicules.» En optant pour un abonnement, l'entreprise gagne en flexibilité, car elle peut choisir les modèles et le nombre de véhicules dont elle a réellement besoin. «C'est par ailleurs la garantie d'avoir toujours des véhicules à l'état neuf. Cela nous revient nettement moins cher que si nous devions entretenir notre flotte en permanence», ajoute Corsin Clopath.

### Du temps pour son cœur de métier

À Boswil (AG), Notterkran SA, qui fournit des grues et des bras articulés, utilise ses véhicules toute l'année. L'entreprise est actuellement à la tête d'une flotte qui en compte 47 – principalement des utilitaires et des voitures conduites par les collaborateurs du service externe –, mais qui devrait bientôt passer à 55 véhicules. «Avant, c'est nous qui en assurions la gestion, explique ▶

«Cela nous revient nettement moins cher que si nous devons entretenir notre flotte en permanence.»

Corsin Clopath

Depuis trois ans, les remontées mécaniques Weisse Arena ont fait le choix d'un abonnement limité à la période estivale afin de disposer de véhicules pour assurer la maintenance des installations: Corsin Clopath, responsable des services de pistes et de sauvetage.

## Mon Entreprise

**Notterkran SA est un leader suisse des grues et des bras articulés. L'entreprise met l'accent sur le soin apporté à la relation client tout au long des phases allant du conseil et de la planification au service après-vente. Le Groupe Notterkran emploie plus de 120 personnes sur ses cinq sites mondiaux.**

notterkran.ch

Patrick Schlöpfer, responsable des finances. Une personne de l'administration assumait la responsabilité globale, et les sites – voire parfois des membres du personnel – s'occupaient eux-mêmes de la flotte.» Pour clarifier l'organisation, les responsables ont décidé de sous-traiter l'ensemble de la gestion de la flotte. Depuis cette année, l'entreprise argovienne a donc confié cette tâche à UPTO. Des spécialistes de la mobilité se chargent à présent d'acheter, d'exploiter et de revendre les véhicules. L'entreprise y trouve son compte, en particulier du point de vue des ressources, comme l'affirme Patrick Schlöpfer: «Grâce à cette sous-traitance, notre personnel peut à nouveau se concentrer sur son cœur de métier.»

### Des véhicules en parfait accord avec les besoins

Pour ces deux entreprises, la prise en compte de leurs préférences en termes de marques, de modèles et d'équipements à l'achat est clairement un plus. Dans le cas de Weisse Arena, le service va même au-delà de l'abonnement classique: les entreprises clientes peuvent demander que la configuration des véhicules inclus dans l'abonnement soit personnalisée, comme elle le serait dans le cadre d'une gestion de flotte. «Nous avons ainsi besoin de ponts en aluminium spéciaux sur nos pick-up pour transporter des pièces de remontrées mécaniques», souligne Corsin Clopath. Les deux entreprises emploient des mécaniciennes et des mécaniciens expérimentés, qui décident de la puissance, de la surface de chargement ou de la cylindrée nécessaires pour les véhicules. «Les conducteurs et les conductrices me communiquent leurs besoins, les mécaniciens trouvent les véhicules remplissant au mieux ces critères et je veille auprès du gestionnaire de flotte à ce que nous obtenions les véhicules correspondants», résume Patrick Schlöpfer.

### Un simple appel suffit

Quelle que soit la formule choisie, gestion de flotte complète ou abonnement, le résultat est assez similaire au quotidien. Sur simple notification, le gestionnaire de flotte s'occupe des changements de pneus, des services ou du traitement des sinistres. «Pour les services, la prise de rendez-vous avec le garage est automatique et les véhicules sont emportés et rapportés. Il en va de même pour changer les pneus. Il n'y a qu'en cas de sinistre que nos collaborateurs doivent remplir eux-mêmes un formulaire», déclare Patrick Schlöpfer. Et d'ajouter que c'est pour l'immatriculation des véhicules que le temps gagné est le plus flagrant: «Nous sommes soulagés d'avoir pu nous décharger de ces dé-

marches très fastidieuses.» Que les véhicules livrés soient prêts à l'emploi, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur, est également très appréciable. Auparavant, la pose des logos et le démontage et remontage de l'aménagement intérieur des camionnettes de service devaient être organisés séparément. «Les véhicules tout juste reçus devaient donc immédiatement repartir, ce qui, en plus d'être absurde, engendrait un important surcoût», poursuit-il.

Corsin Clopath se félicite, lui aussi, de pouvoir régler l'essentiel des démarches par un simple coup de fil: «Et comme nous recevons des véhicules neufs chaque année, les coûts d'entretien sont quasiment inexistantes. Les services et les changements de pneus sont également pris en charge, notre personnel n'a presque rien à faire. Cela nous simplifie grandement la tâche.» Autre avantage des deux formules, leur tarif mensuel fixe: les entreprises connaissent dès le début le montant à déboursier. Seuls les frais de carburant sont décomptés séparément dans le cas de Weisse Arena. «La plupart de nos véhicules, notamment nos dameuses, ont un moteur diesel. Nous achetons donc le carburant en grandes quantités, nécessaires pour qui nous permet de bénéficier d'un rabais. Le plein se fait ensuite à nos propres pompes», indique Corsin Clopath. Du côté de Notterkran, en revanche, les frais de carburant, estimés sur la base du kilométrage prévu, sont inclus dans le forfait mensuel fixe. À la fin de chaque semestre, l'entreprise récupère le trop-payé ou complète la somme versée en fonction de sa consommation réelle de carburant et des sinistres éventuels.

### Prochaine étape: l'électrique

Les deux entreprises comptent à présent intégrer des véhicules électriques à leur flotte. «Nous visons la neutralité climatique d'ici à 2030. Il est donc central pour nous de disposer d'une flotte verte. Mais nous sommes tributaires de l'offre disponible sur le marché», relève Corsin Clopath. Or celle-ci est encore maigre en matière de véhicules tout-terrain. Dès que cela évoluera, une concertation sera lancée avec le gestionnaire de la flotte. Patrick Schlöpfer entend, lui aussi, étudier très bientôt la question de l'électrification avec UPTO. Il ne doute pas qu'avec l'expertise du prestataire, se procurer les véhicules électriques adaptés sera plus facile. Le fournisseur de grues n'exclut pas d'opter pour un abonnement à l'avenir. «Pas pour toute la flotte, mais peut-être pour les voitures des membres du service externe pendant leur période d'essai, le temps de savoir s'ils restent ou non dans l'entreprise. Nous éviterions ainsi d'agrandir la flotte inutilement», conclut-il. ●



**«Grâce à cette sous-traitance, notre personnel peut à nouveau se concentrer sur son cœur de métier.»**

Patrick Schlöpfer, responsable des finances, Notterkran SA

## 3 questions à...



... Mensur Jasari,  
CEO d'UPTO

### Quel type d'entreprise a intérêt à souscrire vos abonnements?

Les abonnements sont souvent pris en complément à une flotte existante, par exemple pour un projet à durée limitée nécessitant des véhicules supplémentaires, ou pour du personnel temporaire. Cette solution convient aussi aux start-up qui ignorent encore la tournure que prendront leurs affaires, et donc le nombre de véhicules dont elles auront besoin à l'avenir. Au-delà de douze mois d'utilisation, nous recommandons en général une gestion de flotte classique. L'avantage de l'abonne-

ment est que les membres du personnel sont tout de suite mobiles et que les véhicules peuvent n'être loués que pour quelques mois.

### À quelles entreprises conseillez-vous une gestion de flotte externe?

Sous-traiter la gestion de flotte est d'autant plus intéressant que les véhicules composant la flotte sont nombreux et que le kilométrage parcouru est élevé. À partir de dix véhicules, une gestion en interne coûte en général trop cher. Les entreprises qui savent d'emblée qu'elles utiliseront les véhicules sur la durée ont également intérêt à en externaliser la gestion. Elles gardent toutefois la main et peuvent résilier nos services de gestion de flotte chaque mois si elles ne sont pas convaincues.

**UPTO propose désormais une analyse gratuite des bénéfices et des risques liés à l'électrification de la flotte. Qu'en attendez-vous?**

**«Une électrification partielle, l'achat de véhicules hybrides ou une hausse du taux de partage constituent déjà un grand pas pour réduire les émissions de CO<sub>2</sub>.»**

Nous avons constaté que bon nombre d'entreprises souhaitent franchir le cap, mais qu'elles étaient freinées par des incertitudes concernant par exemple la productivité d'une flotte électrique ou les infrastructures nécessaires. Lors de cette analyse gratuite, nous examinons ces points avec nos clientes et nos clients et leur proposons une solution sur mesure. Notre objectif n'est pas de les faire passer au tout électrique du jour au lendemain. Une électrification partielle, l'achat de véhicules hybrides ou une hausse du taux de partage constituent déjà un grand pas pour réduire les émissions de CO<sub>2</sub>.

[upto.ch/e-flotte](http://upto.ch/e-flotte)



# Invest for tomorrow

Pour tous ceux qui pensent à demain: nous investissons vos primes et votre fortune de prévoyance dans le développement durable de la société et de l'environnement.

# Cyberattaques contre des PME: les risques encourus



De nombreuses entreprises pensent qu'elles ne présentent aucun intérêt pour les pirates informatiques. Pourtant, les cyberattaques constituent une menace réelle également pour les PME. Quels sont les risques liés à Internet, et comment s'en protéger?

Texte **Melanie Ade**

**L**a digitalisation permet d'optimiser et donc d'accélérer les processus tout en faisant baisser les coûts. Mais elle augmente aussi le risque d'être victime d'une cyberattaque. En 2021, plus de 30 000 infractions numériques ont été signalées en Suisse, soit une augmentation de 24% par rapport à 2020. Les PME, en particulier, sont de plus en plus visées par les hackers, car elles ne peuvent investir autant dans leur sécurité informatique que les grands groupes. Tobias Ellenberger, expert en cybersécurité et CEO de l'entreprise Oneconsult, passe en revue les principaux cyberrisques pesant sur les PME et explique comment s'en prémunir.

## Phishing et smishing

Le phishing (ou hameçonnage) désigne la tentative de se faire passer pour un expéditeur de confiance dans le cadre d'une communication électronique à travers des e-mails ou des messages falsifiés. Cette escroquerie vise à obtenir de l'utilisateur des informations financières, des données d'accès ou d'autres données sen-

## Assurance Cyber d'AXA

**L'assurance Cyber d'AXA protège votre entreprise contre les préjudices financiers et juridiques ainsi que les atteintes à la réputation consécutives à une cyberattaque. L'outil gratuit «Cyber-Check et protection pour les PME» vous indique le niveau de votre entreprise en matière de sécurité informatique et vous explique comment vous protéger des cyberattaques.**  
[axa.ch/cyber](http://axa.ch/cyber)

sibles, ou à lui faire ouvrir un document. L'objectif peut être de vider un compte, d'usurper une identité ou d'installer un logiciel malveillant, par exemple.

### Que pouvez-vous faire?

Sensibilisez vos collaboratrices et vos collaborateurs à ce sujet. Montrez-leur à quoi ressemble généralement un e-mail de phishing. Si un e-mail vous semble suspect, posez-vous les bonnes questions: est-il plausible que cette personne m'écrive? Est-ce que j'attends un message de cet expéditeur? Fiez-vous à votre intuition, et en cas de doute, appelez l'expéditeur avant de cliquer sur un lien ou d'ouvrir une pièce jointe.

### Systèmes non actualisés

Les systèmes obsolètes ont tendance à présenter des lacunes de sécurité et des failles que les cybercriminels n'hésitent pas à exploiter. Les pirates disposent désormais de systèmes perfectionnés leur permettant d'identifier les systèmes et les ordinateurs vulnérables et d'agir

rapidement. Les systèmes qui ne sont pas mis à jour régulièrement sont donc particulièrement exposés aux cyberattaques.

#### Que pouvez-vous faire?

Mettez systématiquement à jour vos logiciels. Plus ils sont récents, plus leur sécurité est élevée. Activez les mises à jour automatiques qu'offrent la plupart des programmes. Actualiser votre système d'exploitation et vos logiciels doit devenir une routine quotidienne. Installez un pare-feu pour protéger votre réseau d'entreprise contre les dangers d'Internet. Et utilisez un bon programme antivirus. Assurez-vous que la protection soit bien activée, et le logiciel, à jour. Si, en plus, vous effectuez une analyse quotidienne, vous disposerez d'une bonne protection contre les attaques et pourrez réagir à temps.

#### Whaling

Le whaling est un autre type d'arnaque consistant à utiliser de fausses identités pour inciter des entreprises à virer de l'argent. Il s'agit généralement de faux e-mails, bien imités, qui semblent provenir d'un membre de la direction de l'entreprise. Sous des prétextes prétendument fondés, ils invitent le destinataire à verser de fortes sommes d'argent sur un compte à l'étranger. Les bonnes usurpations ne sont souvent pas identifiables, car les coupables se renseignent à l'avance sur l'entreprise. Les collaboratrices ou collaborateurs chargés de l'exécution sont souvent mis sous pression et tenus de ne pas divulguer le versement.

#### Que pouvez-vous faire?

Sensibilisez votre personnel: l'être humain est le facteur clé en matière de cybersécurité. Des formations régulières et des campagnes de communication internes peuvent être très utiles. Si votre entreprise ne dispose pas du savoir-faire correspondant en interne, faites appel à un expert externe pour proposer des formations. Si vous remarquez des anomalies dans des e-mails, telles que des formules de politesse inhabituelles, assurez-vous par une prise de contact personnelle que l'e-mail ou l'ordre sont bien réels. Utilisez pour cela un autre canal que celui utilisé pour vous contacter (si vous avez par exemple reçu un e-mail, appelez votre interlocuteur ou donnez-lui rendez-vous à la cafétéria).

#### (Romance) scam

Dans ce type de fraude, de faux profils sont créés sur les médias sociaux et sur des sites de

## Mon Entreprise

**Oneconsult SA fait partie du groupe d'entreprises Oneconsult, fondé en 2003, avec des bureaux à Zurich, à Berne et à Munich. Ses spécialistes en cybersécurité conseillent la clientèle sur les menaces internes et externes dans le domaine de la sécurité de l'information et accompagnent régulièrement des entreprises dans la résolution d'attaques au rançongiciel ou similaires.**  
oneconsult.com



**«Si une protection absolue contre les cyberattaques est pratiquement impossible, vous pouvez réduire considérablement le risque pour votre entreprise grâce à des mesures de prévention appropriées.»**

Tobias Ellenberger,  
CEO de Oneconsult SA

rencontre afin de simuler une relation amoureuse avec quelqu'un et d'obtenir un soutien financier de sa part. Il s'agit de la forme numérique de l'escroquerie au mariage. Les arnaques au placement financier et aux petites annonces sont également répandues.

#### Que pouvez-vous faire?

Les PME ne sont certes pas une cible directe de ces arnaqueurs aux sentiments, mais toute entreprise se compose d'êtres humains susceptibles de se retrouver impliqués dans une telle situation, ce qui peut aussi influencer leurs actes au travail. Là encore, la vigilance et une certaine dose de scepticisme sont de mise. Le romance scam est plus répandu qu'on ne le pense: rien qu'en Suisse, 4 millions de francs ont été dérobés de cette façon au premier semestre 2022. De ce fait, n'envoyez jamais d'argent ou de biens à des personnes que vous n'avez encore jamais rencontrées!

#### Rançongiciel

Le rançongiciel est une catégorie spécifique de logiciel qui bloque l'accès à des appareils ou crypte les données qui y sont contenues. Une rançon est ensuite réclamée à la victime pour le rétablissement de l'accès ou des données.

#### Que pouvez-vous faire?

Sauvegardez régulièrement vos données hors ligne: vous aurez au moins la certitude de ne pas les avoir complètement perdues après une attaque. Définissez une procédure de sauvegarde adaptée à vos besoins et appliquez-la de manière rigoureuse. Sensibilisez votre personnel à l'utilisation prudente de la messagerie électronique et simulez le scénario «catastrophe»: votre entreprise pourrait-elle encore fonctionner après une telle attaque? À titre préventif, faites appel à un expert qui pourra vous recommander des mesures complémentaires. ●

#### Remarque

Vous trouverez de nombreuses informations complémentaires sur tous ces sujets et ces risques sur le site Web du Centre national pour la cybersécurité (NCSC):

[nsc.admin.ch](https://nsc.admin.ch)

# Le règne des médias sociaux

Depuis l'invention de l'imprimerie il y a bientôt 600 ans, aucun autre moyen de communication n'a autant transformé le monde que les médias sociaux. Voici les principaux chiffres de cette révolution.

Près de 60% de la population mondiale utilise les médias sociaux, et 300 millions de personnes viennent s'y ajouter chaque année.

Situation en 2022, source: Digital 2022 Report, We are social/Hootsuite.

## Mégatendance mondiale

Population mondiale  
**7,93 milliards**  
(+1% par rapport à 2021)

Utilisateurs de tél. portable  
**5,32 milliards**  
(+1,7% par rapport à 2021)

Utilisateurs d'Internet  
**5,00 milliards**  
(+4,1% par rapport à 2021)

Utilisateurs des médias sociaux  
**4,65 milliards**  
(+7,5% par rapport à 2021)



67,0%

63,0%

58,7%

## La foire aux vanités

Followers sur Instagram

1. Instagram (réseau social) **499 millions**



2. Cristiano Ronaldo (footballeur)  
**435 millions**



3. Kylie Jenner (star de la télé réalité)  
**333 millions**



4. Lionel Messi (footballeur)  
**323 millions**

5. **316 millions**  
6. **312 millions**  
7. **307 millions**  
8. **305 millions**  
9. **253 millions**  
10. **233 millions**

Selena Gomez (comédienne)  
Dwayne Johnson (ancien catcheur, comédien)  
Ariana Grande (chanteuse)  
Kim Kardashian (star de la télé réalité)  
Beyoncé (chanteuse)  
Justin Bieber (chanteur)

Les médias sociaux changent la perception du monde. Les principaux influenceurs ne sont plus des poètes ou des penseurs, mais des stars et des vedettes.  
Source: WiWo/Instagram.

## Encore 7 minutes de plus

Utilisation quotidienne des médias dans le monde par personne

Internet en général  
**6h53** (-3 min, -0,7%)

TV et vidéo  
**3h14** (-2 min, -1%)

Médias sociaux  
**2h29** (+7 min, +4,9%)

Journaux et sites d'information  
**1h57** (+2 min, +1,7%)

Services de streaming musical  
**1h31** (+2 min, +2,2%)

Radio  
**0h58** (-)

Podcasts  
**0h54** (+2 min, +3,8%)

Jeux vidéo  
**1h10** (-)

Alors que l'utilisation d'Internet a tendance à se tasser, les médias sociaux ont toujours le vent en poupe. Mais la bonne vieille télé arrive toujours en tête.

État: avril 2022

Source: Digital 2022 Report, We are social/Hootsuite.



## Les réseaux les plus fréquentés

Utilisateurs mensuels actifs\*

1. **2910 millions** Facebook
2. **2562 millions** YouTube
3. **2000 millions** WhatsApp
4. **1478 millions** Instagram
5. **1263 millions** WeChat
6. **1000 millions** TikTok
7. **988 millions** Facebook Messenger
8. **600 millions** Douyin
- ...
13. **557 millions** Snapchat
14. **550 millions** Telegram
15. **444 millions** Pinterest
16. **436 millions** Twitter

À la tête des plates-formes Facebook, WhatsApp et Instagram, le géant Meta de Mark Zuckerberg domine toujours l'univers des médias sociaux, mais de nouveaux réseaux comme TikTok montent en puissance et lui font concurrence.

\* Dans le monde. Source: Statista.

## Les réseaux utilisés le plus longtemps

Temps quotidien moyen passé

TikTok  
**95 minutes**

YouTube  
**74 minutes**

Instagram  
**51 minutes**

Facebook  
**49 minutes**

Twitter  
**29 minutes**

Snapchat  
**21 minutes**

Un utilisateur passe en moyenne 95 minutes par jour sur TikTok. Sur Facebook et Instagram, ce temps est divisé par deux, d'où l'ajout de nouvelles fonctions similaires à celle de la plate-forme chinoise.

Source: Sensor Tower.

# Responsabilité

## Questions des lecteurs

### Décisions par voie de circulation de la SA familiale

Alors que je rentrais d'un voyage d'affaires, mon avion a été retardé. De ce fait, je n'ai pas pu assister à l'assemblée générale de notre entreprise familiale et faute de temps, je n'ai pas pu me faire représenter. À l'avenir, pourrai-je prendre des dispositions à l'avance?

M. E., Gotzenwil

Par principe, la participation à une assemblée générale est nécessaire pour pouvoir exercer ses droits d'actionnaire. Il n'est possible de se faire représenter que dans certains cas exceptionnels, et cela ne peut être défini à l'avance. Toutefois, le droit des sociétés anonymes qui entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2023 prévoit explicitement la possibilité d'organiser aussi sous forme électronique ou virtuelle les assemblées générales ainsi que les séances du conseil d'administration. Les actionnaires qui seront dans l'incapacité d'assister en personne à l'assemblée générale pourront donc exercer leurs droits par voie électronique. Il en va de même pour le conseil d'administration. En outre, ce nouveau droit rendra explicitement obsolète la nécessité de signer les décisions électroniques par voie de circulation. À l'avenir, donc, les décisions envoyées par e-mail ne devront plus nécessairement comporter une signature scannée, et les décisions pourront même être prises par chat ou messagerie. Les échanges à ce sujet devront être documentés et archivés sous une forme appropriée.



**Hedwig Zingg Sanchez**  
lic. en droit, avocate,  
responsabilité civile pour  
préjudices de fortune, AXA

Photos: Saul Granda, m&A



## À proscrire: extraction du charbon, travail des enfants et armes

Dans quels domaines les avoirs de prévoyance devraient-ils être investis et quels autres devraient être évités absolument? AXA a enquêté auprès d'un millier de personnes en Suisse pour répondre à ces deux questions. Ainsi, en Suisse, 55% des femmes et 53% des hommes expriment le souhait de voir leur avoir de prévoyance investi de manière durable. Comme l'année dernière, cet intérêt est particulièrement prononcé chez les jeunes entre 18 et 29 ans et chez les personnes possédant un haut niveau d'éducation.

Les personnes interrogées accordant de l'importance aux placements durables sont surtout attachées à des thèmes comme la préservation des ressources naturelles, les énergies renouvelables, la protection de la biodiversité et de la nature, l'agriculture durable et la protection du climat. Comme l'année dernière aussi, les personnes interrogées voient d'un très mauvais œil les investissements dans des secteurs liés au travail des enfants et aux armes prohibées. Elles sont même plus de 80% à les refuser catégoriquement. Viennent ensuite les investissements dans des entreprises ou des pays violant les droits de l'homme et dans des secteurs économiques comme la pornographie, l'huile de palme et l'extraction du charbon. Par rapport à 2021, les personnes interrogées se montrent un peu plus critiques vis-à-vis des investissements dans les entreprises du tabac et les producteurs d'alcool, tandis que l'acceptation des investissements dans les secteurs du nucléaire, du pétrole et du gaz est en légère hausse.

À noter que tous thèmes confondus, les femmes expriment toujours des avis plus tranchés, que ce soit le rejet plus catégorique d'investissements dans des domaines sensibles ou l'approbation plus marquée dans des domaines de la durabilité perçus favorablement.

# «J'ai foi dans le progrès et dans le potentiel humain.»

Il a acheté ses premières obligations fédérales à 10 ans et pris les rênes des placements chez AXA Suisse à 34 ans: Daniel Gussmann nous explique pourquoi il reste optimiste malgré l'assombrissement de la conjoncture.

Entretien Anna Ehrensperger Photos Marco Vara

**Daniel Gussmann, vous avez été nommé Chief Investment Officer de la plus grande compagnie d'assurances de Suisse il y a cinq ans, à l'âge de 34 ans. Comment accède-t-on à un tel poste aussi jeune? Avez-vous jonglé avec les chiffres à peine sorti du berceau, misiez-vous votre argent de poche en Bourse?**

Mes prédispositions se sont en effet révélées assez tôt. À l'école enfantine, je calculais déjà avec de grands nombres, et mon intérêt pour les questions économiques a été précoce. À 10 ans, j'ai investi, sur les conseils de mes parents, un peu d'argent dans des emprunts de la Confédération et, au fil des ans, je me suis essayé aux actions. J'ai pu constater qu'on ne gagnait pas à tous les coups. À l'époque, les sommes étaient faibles, j'ai dû y laisser quelques centaines de francs. Je me félicite d'avoir fait ces expériences très tôt dans la vie. Elles m'ont appris à peser soigneusement les risques et conféré une saine humilité.

**Comment placez-vous votre argent à présent? Privilégiez-vous la sécurité ou le rendement?**

Les deux. Je suis prudent par nature, mais je mets à profit les opportunités du marché. Je continue donc à investir dans des actions, mais de manière éclairée et avec un horizon à plus long terme. Je conserve certains placements pendant dix à vingt ans, indépendamment des sursauts de la Bourse. Mais pour le père de

**«Nous sommes actuellement face à de multiples foyers d'incendie.»**

## Portrait

**Daniel Gussmann** (39 ans) possède un master en Business Administration de l'université de Mannheim et le titre de Chartered Financial Analyst (CFA). Entré chez AXA en 2009, il a d'abord travaillé dans l'Asset Management et la stratégie de Groupe au sein d'AXA Allemagne. Il a intégré l'équipe Investment Management pour la Suisse en 2012 et pris les rênes de la stratégie de placement en 2014. Il a été nommé Chief Investment Officer (CIO) et responsable Asset Management d'AXA Suisse en 2017.

famille que je suis, la propriété du logement constitue le principal investissement.

**Vous n'êtes donc pas inquiet quand les Bourses chutent?**

Les fluctuations sont courantes sur les marchés financiers, et j'ai la chance de savoir les aborder avec une certaine sérénité. L'expérience montre qu'il est salutaire de conserver son calme en période de turbulences.

**Les perspectives conjoncturelles se sont assombries sous l'effet de la guerre en Europe, de la menace de pénurie énergétique et des difficultés d'approvisionnement en Chine. Comment y réagissez-vous, vous qui gérez tout de même des fonds totalisant plus de 100 milliards de francs?**

J'ai confiance dans nos équipes et dans nos processus. Des précautions doivent être prises avant l'arrivée de la tempête, et nous l'avons fait. Qui plus est, je ne parlerais pas de tempête actuellement, mais plutôt d'orages. Dans de telles conditions, il faut garder le cap et exploiter de manière ciblée les opportunités qui se présentent en visant le long terme.

**Vous parleriez plus d'orages que de tempête?**

J'ai démarré dans le secteur financier en 2008, en pleine faillite de Lehman Brothers. À l'époque, les marchés des actions ont plongé de 40% à 50% en un an, abandonnant même ▶

2.0 G



Enfant, il jonglait déjà avec les chiffres: Daniel Gussmann, Chief Investment Officer.



80% ou 90% au pire de la crise. Du point de vue financier, c'était donc une tout autre dimension qu'aujourd'hui.

**Pensez-vous que les marchés se redresseront rapidement?**

Nous sommes actuellement face à de multiples foyers d'incendie qui, en plus de représenter chacun un risque important, s'alimentent les uns les autres. Nous avons la guerre en Ukraine, la pénurie de pétrole et de gaz, la stratégie zéro COVID en Chine, et l'inflation, dont nous ignorons combien de temps elle va durer. Je pressens qu'elle va nous accompagner un bon bout de temps. La question est donc de savoir si les banques centrales trouveront le bon équilibre entre lutte contre l'inflation et sauvegarde de l'économie.

**Nombre d'experts craignent des années de récession, d'autres alertent contre les catastrophes climatiques et les famines. Partagez-vous cette vision sombre de l'avenir?**

Non, je ne suis pas aussi pessimiste. Nous traversons certes une période délicate et marquée par de nombreuses incertitudes. En dépit des revers éventuels, j'ai foi dans le progrès et je crois que nous finirons par nous en sortir. Ne sous-estimons pas le potentiel et la créativité

**«De phases difficiles peuvent naître des idées nouvelles. Nous sommes huit milliards d'êtres humains. Il suffit que quelques-uns aient un éclair de génie pour changer les choses.»**

de l'être humain. De phases difficiles peuvent naître des idées nouvelles. Nous sommes huit milliards d'êtres humains. Il suffit que quelques-uns aient un éclair de génie pour changer les choses. Je suis donc confiant pour l'avenir et je crois en la force d'innovation du genre humain.

**Vous gérez les avoirs de prévoyance de plus de 40 000 entreprises.**

**Selon quels principes les faites-vous fructifier?**

Ces entreprises sont pour la plupart affiliées à une fondation collective LPP. C'est alors le Conseil de fondation qui définit la stratégie de placement, et nous l'appliquons dans le respect des limites fixées. Nous suivons à cet égard une approche de placement soucieuse des risques, qui respecte le principe best-in-class et des critères stricts de durabilité. Cela signifie que nous recherchons toujours le meilleur style d'investissement et les meilleurs gestionnaires pour chaque catégorie d'actifs. Nous procédons de la même manière pour la Caisse de pension de notre propre personnel.

**Depuis 2019, AXA propose dans le 2<sup>e</sup> pilier des solutions semi-autonomes en lieu et place de l'assurance complète. Quel bilan en tirez-vous?**

Je reste convaincu de la pertinence de ce choix. Les solutions semi-autonomes laissent nettement plus de latitude en matière de stratégie de placement, car elles n'ont plus à se soumettre au carcan réglementaire imposé à l'assurance complète. Nous avons donc accès à de nouvelles possibilités de rendement à long terme pour les assurés. Nous avons ainsi pu relever nettement la part des actions, catégorie d'actifs qui recèle le meilleur potentiel de gains sur le long terme. Depuis ce changement il y a trois ans, la rémunération perçue par les assurés des fondations collectives semi-autonomes d'AXA sur leurs avoirs de vieillesse a été supérieure de plus de 1,8 milliard de francs à ce qu'elle aurait été avec l'assurance complète.

#### **Qu'en est-il de la sécurité des avoirs de la clientèle sur fond de volatilité boursière?**

Nos fondations collectives sont très bien armées aux niveaux structurel et financier. Par rapport à d'autres caisses de pension, elles affichent ainsi très peu d'engagements de rentes, ce qui accroît leur capacité de risque et leur permet de surmonter des années moroses sur les places boursières. De plus, la large diversification des portefeuilles est un facteur de stabilité.

#### **Imaginons que les Bourses plongent durablement. Que se passerait-il en cas de découvert?**

Le calcul doit se faire sur le long terme. Dans la prévoyance professionnelle, l'épargne s'étale sur des décennies, et les stratégies de placement sont définies en conséquence. Si les actions sont la catégorie d'actifs la plus volatile, elles sont aussi, et de loin, la plus lucrative sur le long terme. Le modèle de prévoyance des solutions semi-autonomes autorise en outre un certain découvert temporaire n'imposant pas de mesures immédiates. Ce n'est que si le découvert persiste que des mesures d'assainissement sont à envisager. Celles-ci seraient alors probablement similaires à celles prises actuellement dans les assurances complètes, à savoir une baisse de la rémunération versée aux assurés, une baisse du taux de conversion ou une hausse des cotisations. Une assurance complète fait l'objet d'un assainissement quasi permanent, à la charge de la PME et de son personnel. Nous voulions l'éviter à notre clientèle et lui offrir des solutions rentables dans la durée et équitables pour toutes les générations.

#### **En plus d'une situation économique tendue, le monde se heurte au change-**

**«Le calcul doit se faire sur le long terme. Dans la prévoyance professionnelle, on épargne sur des décennies, et les stratégies de placement sont définies en conséquence.»**

## **En quelques mots**

#### **Mon rituel quotidien**

Lire le journal.

#### **Mon plat préféré**

Des crêpes maison.

#### **Ma matière préférée à l'école**

Les maths.

#### **Je ne sors jamais sans**

Mes clés.

#### **Les réseaux sociaux où je suis**

LinkedIn.

#### **Je recharge mes batteries**

Sur mon vélo.

#### **Ce n'est pas mon fort**

La patience.

#### **Les heures de sommeil dont j'ai besoin**

En général, je dors assez.

#### **Le pays où j'aimerais vivre**

La Nouvelle-Zélande.

#### **Un vœu à exaucer**

Faire un grand voyage en famille.

#### **ment climatique. Quelle importance accordez-vous à la durabilité?**

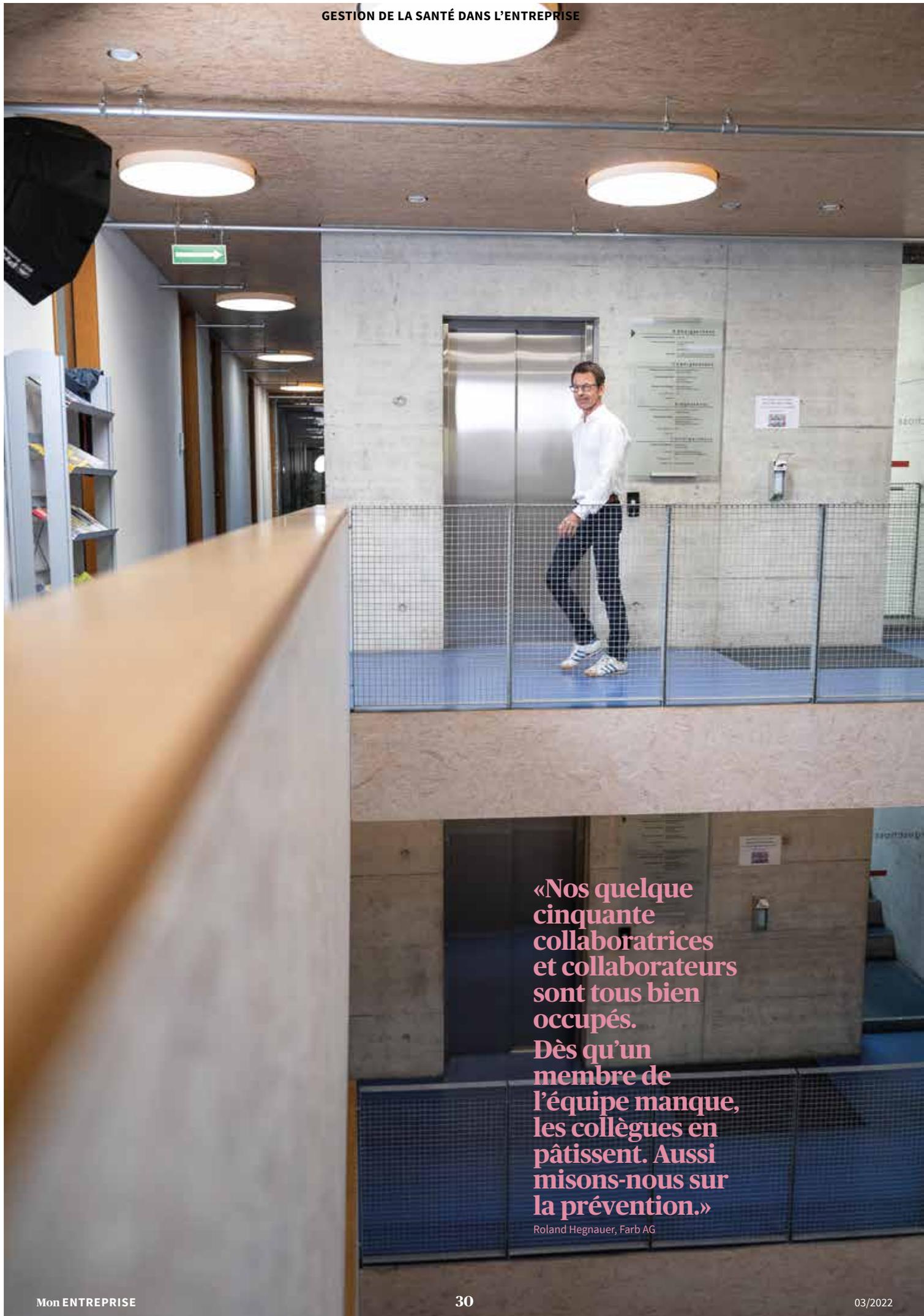
En 2015, quand Henri de Castries, alors CEO du Groupe, a annoncé que nous serions le premier grand assureur à sortir de l'industrie du charbon, j'ai été très surpris. Aujourd'hui, j'éprouve un profond respect pour les avancées qu'il a introduites sur le sujet à l'époque. La protection du climat est devenue un thème clé pour AXA et est intégrée à notre stratégie d'entreprise. Étant père de deux enfants, je me sens aussi concerné à titre personnel. Nous souhaitons en effet laisser à nos enfants un monde meilleur, ou du moins pas pire.

#### **Quelles conséquences pour vos décisions de placement?**

Toutes nos décisions sont examinées à l'aune de critères de durabilité, incluant la préservation et la protection de l'environnement, mais aussi la justice sociale et la gestion d'entreprise responsable. Si une société ne remplit plus ces critères et n'apporte pas d'améliorations, nous nous désengageons. Nous avons même exclu quelques entreprises et secteurs, notamment les acteurs de l'industrie du tabac, les producteurs d'huile de palme associés à la déforestation des forêts tropicales et les entreprises du secteur du charbon.

#### **De telles listes d'exclusion n'existent-elles pas dans tous les grands groupes?**

AXA va beaucoup plus loin que les autres. Notre liste compte plusieurs centaines de sociétés, contre quelques dizaines seulement chez la plupart des gestionnaires de fortune. Notre rôle de pionnier se reflète aussi dans les évaluations indépendantes, telles que le classement «MSCI ESG Research», où AXA a obtenu le score de 10/10 dans la catégorie «Investissements durables» et reçu la note AAA. Nous avons déjà bien avancé et ne sommes pas au bout de nos efforts, mais là encore, j'ai foi dans le progrès et dans la capacité du genre humain à faire front.



«Nos quelque cinquante collaboratrices et collaborateurs sont tous bien occupés. Dès qu'un membre de l'équipe manque, les collègues en pâtissent. Aussi misons-nous sur la prévention.»

Roland Hegnauer, Farb AG

# Promotion de la santé: prévenir plutôt que guérir

Des collaboratrices et collaborateurs en bonne santé et motivés sont la clé du succès d'une entreprise. Il est donc important de connaître leurs besoins et d'en tenir compte, notamment dans les PME, où les absences ont encore plus d'impact que dans les grandes entreprises.

Texte Simona Altwegg Photos Marco Vara

Jusqu'ici, nous avons plutôt négligé la gestion de la santé dans l'entreprise, avoue Roland Hegnauer, directeur de Farb AG – Fachstelle für Arbeitsintegration Region Bern. Cependant, il est convaincu que les PME doivent désormais s'y intéresser. D'ailleurs, les chiffres d'une récente enquête représentative menée par AXA auprès de 300 PME le prouvent: 75% d'entre elles voient dans la santé de leur personnel un défi majeur pour la pérennité de l'entreprise, un chiffre qui culmine à 97% chez les grandes PME de 50 à 250 collaborateurs.

## Moteur pour le cœur de métier

«La prise de conscience de l'importance des équipes motivées et en bonne santé est nettement plus marquée qu'il y a dix ans», affirme Martin Rütthemann, responsable technique Gestion de la santé dans l'entreprise chez AXA.

## Mon Entreprise

**La société Farb AG, spécialisée dans l'insertion professionnelle dans la région de Berne, aide les bénéficiaires d'aide sociale à s'intégrer dans la société et le monde du travail. C'est l'un des principaux prestataires dans ce domaine dans le canton de Berne, et elle emploie une cinquantaine de collaboratrices et collaborateurs. Plus de 50 communes rassemblant 15 services sociaux régionaux sont affiliées à l'institution.**  
 farb-bern.ch

Progressivement, les entreprises se rendent compte que la gestion de la santé dans l'entreprise (GSE) n'est pas une simple option, mais représente un moteur essentiel pour le cœur de métier. «Si nous renforçons la motivation et la santé des effectifs, nous améliorons aussi leur performance. Cela a une influence directe sur le succès de l'entreprise», explique l'expert. «Si, au contraire, des collaborateurs ou collaboratrices sont absents pour cause de maladie ou d'accident, leurs collègues sont davantage sous pression, et les clients doivent attendre. La rentabilité en pâtit directement.»

Jusqu'à présent, la société Farb AG n'a enregistré que quelques absences de longue durée. Elle entend néanmoins traiter ce sujet dans la perspective globale de l'entreprise, affirme R. Hegnauer. Un calcul pertinent également du point de vue économique, car prévenir coûte nettement moins cher que guérir. Les absences et le présentéisme (le fait de venir au travail tout en étant malade) coûtent entre 600 et 1000 francs par jour.

## La GSE ne se résume pas à une corbeille de fruits

D'après M. Rütthemann, une gestion globale de la santé dans l'entreprise inclut aussi des thèmes importants tels que la réduction des arrêts de travail ou des surcharges de travail: «Des mesures telles que la traditionnelle corbeille de fruits ou l'eau gratuite n'ont rien à voir avec la GSE.» Une GSE professionnelle commence par une phase d'analyse permettant de voir où le bât blesse: comment se portent les effectifs? Tout le monde est-il performant?

C'est précisément ce qu'a fait la société Farb AG. À l'aide de la «boussole ambiance de travail» développée par DearEmployee, elle a mené une enquête pour obtenir des informations sur la santé, la motivation et la loyauté de son personnel. Gratuit pour les entreprises ayant conclu



**Martin Rütthemann, responsable technique Gestion de la santé dans l'entreprise d'AXA:**  
«La prise de conscience de l'importance des équipes motivées et en bonne santé est nettement plus marquée qu'il y a dix ans.»

une assurance de personnes chez AXA, cet outil formule, sur la base des données collectées individuellement, des recommandations concrètes et adaptées à l'entreprise en vue d'améliorer l'ambiance de travail et de réduire les risques pour la santé. «Nous voulions mener une enquête qui nous permettrait de déduire directement des mesures. Fondée sur un vaste catalogue de questions, un tableau de bord de résultats et des recommandations d'action, la boussole était donc un outil pratique et convivial couvrant de nombreux aspects», déclare R. Hegnauer.

D'après M. Rütthemann, pour être bénéfique, la GSE doit comprendre trois phases: analyse, mise en œuvre et évaluation. «Toutefois, ces phases ne doivent pas forcément se dérouler à grande

échelle», explique l'expert. Une vaste enquête n'est pas le seul moyen de connaître les intérêts et les besoins du personnel et d'identifier les points sensibles. Des mesures peuvent aussi être mises en œuvre ponctuellement pour certains thèmes, puis être évaluées. «Si la direction remarque que la gestion des conflits est une préoccupation du personnel, elle peut par exemple organiser un atelier sur ce sujet, puis demander un feed-back.»

### Davantage d'innovation, moins d'arrêts de travail

L'analyse des résultats de l'enquête menée par Farb AG a mis en évidence trois champs d'action: préciser la vision et la stratégie de l'en-

## Conseils pour améliorer la santé de votre personnel



### Être attentif

Une personne déprimée passe rarement inaperçue pour ses collègues ou ses supérieurs. Les changements dans sa physiologie ou son attitude peuvent laisser supposer des tensions, par exemple lorsqu'elle travaille plus lentement que d'habitude, commet davantage d'erreurs, manque de concentration, est irritable, semble triste, sans énergie ou différente, arrive souvent en retard, manque au travail ou fait beaucoup d'heures supplémentaires inutiles, pendant plusieurs semaines. Une réaction immédiate est alors nécessaire. En effet, plus tôt on agira pour soulager cette personne, plus on aura de chances d'éviter un cas de maladie.



### Prévenir le stress

Chaque année, les absences pour cause de stress et d'épuisement occasionnent des frais colossaux

aux entreprises suisses. Les mesures organisationnelles sont la meilleure option pour réduire le stress: redistribution des tâches, révision des objectifs à la baisse, examen critique des indicateurs de performance ou digitalisation des processus standard pour décharger le personnel. Parfois, cependant, il n'existe aucun levier pour agir sur les facteurs de stress internes, car ils sont inhérents à la tâche à accomplir. Des mesures de gestion du stress et de renforcement de la résilience et de la vigilance sont alors requises.



### Ergonomie du poste de travail

Au bureau comme à domicile, un mobilier mal réglé ou inapproprié entraîne une mauvaise posture. Les personnes qui travaillent beaucoup en position assise ou debout peuvent en souffrir. Le mobilier devrait être ergonomique et réglé correctement. Des formations sur une bonne utilisation du poste de travail peuvent compenser en partie l'absence de mobilier ergonomique.



### Exercice physique, détente, alimentation

L'exercice physique, la détente et une alimentation saine contribuent largement à la performance. Que ce soit avec une salle de fitness interne à l'entreprise, des activités sportives communes ou des réunions «walk and talk»: toute forme d'activité physique supplémentaire favorise la concentration et la créativité. La détente ne doit pas non plus être négligée. Musique d'ambiance relaxante, espaces de travail sans perturbations ou lits destinés aux microsiestes régénératrices peuvent être utiles. Un repas de midi hebdomadaire en équipe ou un rappel concernant l'hydratation dans l'agenda peuvent soutenir une alimentation saine.



### Promouvoir les échanges personnels

Les activités communes permettent de sortir du train-train et favorisent la cohésion au sein de l'équipe. Elles sont aussi une ressource importante de lutte contre le stress. Évoquer brièvement son

week-end dans la salle de pause a un effet relaxant, et se retrouver favorise l'entraide, les flux d'information et le sentiment d'appartenance. Il existe de nombreuses possibilités pour promouvoir les échanges personnels: sous une forme réelle ou virtuelle, spontanée ou planifiée, lors d'une brève pause-café, d'un repas de midi ou d'une sortie d'équipe.

### Étude AXA

**Selon une enquête d'AXA, les trois quarts des PME ont désormais pris des mesures pour améliorer la santé de leurs effectifs. Près de la moitié des entreprises sondées s'efforcent de créer une bonne ambiance de travail. 39% veillent à l'aménagement du poste de travail. Elles sont un peu moins nombreuses à promouvoir l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle (26%), le sport et l'exercice physique (19%) ou une alimentation saine (16%). Rares sont les PME qui prennent des mesures pour réduire la pression liée aux performances. Et moins d'une PME sur dix propose un service de coaching pour une vie plus saine.**

entreprise, accroître la capacité d'innovation et limiter les arrêts de travail. «Le premier point ne m'étonne pas, car notre entreprise se trouve en pleine mutation. Nous pouvons toutefois en déduire qu'il est important de communiquer de manière transparente à ce sujet», en conclut R. Hegnauer. Concernant les deuxième et troisième points, le remaniement du système de propositions, l'introduction d'affichettes «Ne pas déranger» ou des ateliers sur l'organisation du travail et la gestion du stress sont des mesures envisageables. Les cadres élaboreront les mesures effectives découlant de leur analyse lors d'un atelier. D'ici là, ils misent sur la gestion des attentes, car depuis l'enquête, le personnel espère des changements immédiats. Il leur appartient donc d'expliquer que les mesures à long terme requièrent un certain temps avant de déployer leurs effets et de mettre en œuvre des mesures dont l'efficacité sera visible rapidement, explique R. Hegnauer. «Il s'agit de notre première étape sur la voie de la GSE. Nous avons encore beaucoup de projets en la matière et serons de nouveau mis à l'épreuve. Mais je suis confiant, car chaque étape nous rapproche de l'objectif.»



Roland Hegnauer, directeur de la société Farb AG, entend inscrire la gestion de la santé dans l'entreprise dans une approche globale.

## WeCare

Avec WeCare, les entreprises ayant conclu une assurance-accidents, une assurance d'indemnité journalière en cas de maladie ou une solution de prévoyance professionnelle chez AXA bénéficient de prestations gratuites ou à prix réduit en vue d'améliorer la santé de leur personnel. Et lorsqu'un cas de prestation survient en dépit des mesures de prévention, les Care Managers et les Case Managers d'AXA accompagnent les personnes concernées dans leur démarche de réintégration. De plus, les entreprises employant plus de 50 collaborateurs disposent d'un interlocuteur attitré pour toutes les questions de GSE. [axa.ch/wecare](http://axa.ch/wecare)

## Moins d'accidents, moins d'absences

Prévenir les accidents de loisirs profite aux entreprises. Le BPA les aide dans cette démarche en leur offrant:

- des conseils et formations pour les spécialistes de la sécurité et les responsables
- des offres de sensibilisation et moyens d'intervention pour les collaborateurs

[entreprises.bpa.ch](http://entreprises.bpa.ch)

Robert H. Wohlfahrt,  
créateur de  
Cancan Swiss Watch

## L'horloge tourne...

Mon activité d'hôtelier m'a permis de parcourir le monde – Amérique du Sud, Canada, Australie, Afrique –, mais aussi de voir les montagnes de déchets qui s'amoncellent un peu partout. Le recyclage m'a toujours intéressé. Chaque année, nous utilisons 200 milliards de canettes dans le monde; certaines sont recyclées, d'autres tout simplement jetées. D'où mon idée de les transformer en boîtiers de montre. Avec un spécialiste, nous avons travaillé pendant deux ans pour aboutir à notre produit actuel. Le procédé de fabrication est économe en énergie: les canettes sont pressées et non

fondues. Résultat: chacune de nos montres est une pièce unique et un petit clin d'œil quotidien au développement durable. Nous collectons les canettes dans des conteneurs spéciaux, les lavons puis les livrons à notre spécialiste équipé d'outils spéciaux pour le pressage. Une fois fabriqués, les boîtiers sont envoyés à notre horloger à Bienne, qui se charge de finaliser ces pièces uniques. Le nom «CanCan», jeu de mots entre la danse française et le terme anglais pour «canette», est une invention de ma fille.

[cancan.watch](http://cancan.watch)

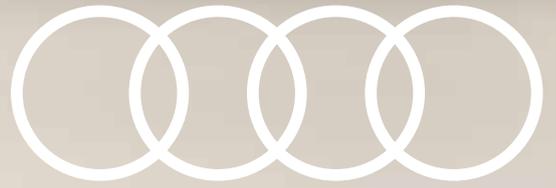
Walter Illi,  
directeur  
d'Antik-Spielzeug

## Si les jouets pouvaient parler

À 17 ans, ma petite amie de l'époque et moi-même rêvions de faire le tour du monde. Mais avec quel argent? Les trouvailles glanées dans les greniers et les caves de nos proches nous permirent de gagner quelques sous au marché aux puces. C'est à cette époque que sont nés mon intérêt et ma passion pour les jouets en bois et en fer-blanc. J'ai commencé à les collectionner et au fil des années, de petits et grands trésors sont venus remplir des boîtes et des étagères. L'une de mes pièces les plus anciennes est une voiture à pédales de 1915. Si mon jouet pouvait parler, que raconterait-il? Peut-être que ses congénères en bois durent être transformés en bois de chauffage pendant

la Seconde Guerre mondiale. Ou encore que la plupart des bateaux en fer-blanc sont rouillés, car on a trop souvent oublié de vider l'eau de leur coque. Mais il pourrait aussi évoquer les soirées de bonheur passées avec l'une de mes plus belles pièces: une véritable locomotive à vapeur Märklin de 1923. Le père de famille allumait alors la petite chaudière à vapeur et la locomotive arpentait l'appartement en sifflant, sous le regard ébahi des enfants. En 2020, après mon départ à la retraite, j'ai réalisé mon rêve de toujours en ouvrant ma propre boutique de jouets anciens à Zurich, dans l'Universitätstrasse.

[antik-spielzeug.ch](http://antik-spielzeug.ch)



# Prenez place dans Audi Business Class

En tant que PME, chez Audi, vous bénéficiez de conditions spéciales sur de nombreux modèles.

## Audi Q3 Attraction dès CHF 279.-/mois

avantage prix de 15% pour PME inclus

### Audi Q3 35 TFSI Attraction

Prix brut	48 880.-
4,2% de compensation de change	- 2050.-
11% EnterprisePlus (après compensation de change)*	- 5150.-
Votre prix spécial	41 680.-
Votre avantage prix	7200.-
Taux d'intérêt annuel du leasing	1,9%
Mensualité de leasing	279.-

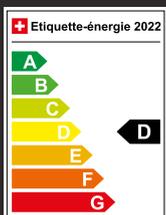


Illustration: Audi Q3 Attraction 35 TFSI, 150 ch, boîte à 7 vitesses S tronic, 7,1 l/100 km, 159 g CO<sub>2</sub>/km, cat. D. S line, Blanc Glacier, roues Audi Sport, design rotor à 5 branches doubles, noir mat, finition brillante, 8,5 J x 20, pneus 255/40 R20, boîtier de rétroviseurs extérieurs en noir, pack Esthétique noir, phares Matrix LED avec feux arrière LED et clignotants dynamiques à l'avant et à l'arrière, avec lave-phares, vitrage Privacy, prix catalogue CHF 58 510.-, compensation de change CHF 2450.-, remise EnterprisePlus CHF 6160.-, prix d'achat au comptant CHF 49 900.-, acompte CHF 8610.-. Mensualité de leasing: CHF 329.-/mois Offres hors assurance casco complète obligatoire. L'octroi d'un crédit est interdit s'il entraîne le surendettement du consommateur. Financement par AMAG Leasing SA. Cette offre est valable pour les contrats de vente conclus jusqu'au 31.12.2022 ou jusqu'à révocation, sous réserve de modifications. Valable pour tous les véhicules importés par AMAG Import SA. Recommandation de prix sans engagement de l'importateur AMAG Import SA. \* EnterprisePlus: offre commerciale, valable uniquement si l'entreprise est inscrite au registre du commerce et si l'immatriculation est au nom de l'entreprise.

D'autres offres  
attrayantes pour PME

