

Les Dinos et l'Arche

La Cité Bleue Genève

Dinosaures, animaux et musique se rencontrent dans un opéra
avec Leonardo García-Alarcón et Cappella Mediterranea

Le 3, 4, 6, et 7 février 2026 à 19h30 à La Cité Bleue Genève

UN SUPPLÉMENT THÉMATIQUE DE SMART MEDIA

F FOCUS.

Femmes d'Aujourd'hui

Janvier '26

Nathalie Lesselin

Fondatrice de Kokoro Lingua, elle incarne une vision novatrice de l'apprentissage des langues, nourrie par une trajectoire personnelle inspirante et une énergie singulière.

Premium Partner

MAMPRENEURES
plus qu'un réseau

Plus d'informations en page 8

En lire plus sur
focus.swiss




KLAVIERFESTIVAL
LE PIANO
SYMPHONIQUE
LUZERN
MARTHA ARGERICH
PIANISTE ASSOCIÉE



LE FESTIVAL DE PIANO DE SUISSE
12-18 JANVIER 2026
KKL LUZERN

DES PIANISTES QUI GUIDENT LE SON

E.A. MARTHA ARGERICH, HÉLÈNE GRIMAUD,
BEATRICE RANA, ALEXANDRA DOVGAN,
SCHAGHAJEGH NOSRATI, MIRABELLE KAJENJERI,
MARTINA MEOLA

PASS FESTIVAL
RÉSERVER
ET ÉCONOMISER

Le festival de piano est organisé par le
LUZERNER
SINFONIEORCHESTER
1001
RESIDENZORCHESTER KKL LUZERN



INFOS, BILLETS & PASS FESTIVAL
Billetterie +41 41 226 05 15
karten@sinfonieorchester.ch
sinfonieorchester.ch oder kkl-luzern.ch

Cartier Women's Initiative

Des femmes entrepreneures sous les projecteurs

Dans un monde confronté à des défis sociaux, environnementaux et économiques d'une ampleur sans précédent, l'entrepreneuriat à impact apparaît comme l'un des leviers les plus puissants pour construire un avenir plus durable. Depuis près de vingt ans, le Cartier Women's Initiative s'inscrit au cœur de cette dynamique en soutenant des femmes entrepreneures qui placent l'impact positif au centre de leur vision et de leur modèle économique. Leur engagement démontre qu'il est possible de conjuguer innovation, performance et responsabilité, tout en répondant concrètement aux enjeux majeurs de notre temps.

Ces femmes entrepreneures sont bien plus que des cheffes d'entreprise. Elles sont des pionnières, des créatrices et des leaders engagées, capables de transformer des idées audacieuses en solutions durables. À travers leurs projets, elles agissent sur des domaines essentiels tels que l'éducation, la santé, l'accès à l'eau et à l'énergie, la préservation de l'environnement ou encore l'inclusion sociale. Dans des contextes parfois complexes, elles font preuve d'une résilience remarquable, surmontant des obstacles structurels persistants tels que l'accès au financement, le manque de réseaux ou les biais de genre encore présents dans de nombreux écosystèmes entrepreneuriaux.

Une approche globale

Depuis sa création, le Cartier Women's Initiative repose sur une conviction forte: le talent est universel,

mais les opportunités ne le sont pas. Soutenir l'entrepreneuriat féminin ne relève pas uniquement d'un engagement sociétal, c'est également un choix stratégique pour favoriser une croissance plus équitable et plus durable. En donnant aux femmes les moyens de développer et de faire grandir leurs entreprises, le programme contribue à rééquilibrer les dynamiques économiques et à générer un impact positif qui dépasse largement le cadre individuel.

L'originalité du Cartier Women's Initiative réside dans son approche globale et de long terme. Au-delà du soutien financier, indispensable pour accélérer le développement des projets, le programme propose un accompagnement complet combinant développement des compétences, mentorat, formation au leadership et mise en réseau internationale. Cet accompagnement permet aux entrepreneures de renforcer leur vision stratégique, de structurer leur croissance et de mesurer plus finement l'impact social et environnemental de leurs actions. Il leur offre également un espace pour prendre du recul, partager leurs expériences et apprendre les unes des autres.

Des femmes écoutées et soutenues

La dimension communautaire occupe une place centrale dans cette démarche. Au fil des éditions, le Cartier Women's Initiative a fédéré une communauté internationale engagée, fondée sur l'entraide, le partage et la transmission. Ce réseau constitue un véritable catalyseur de changement, où les parcours se croisent, les idées circulent et les

collaborations se nouent. Les rôles modèles qui en émergent jouent un rôle essentiel pour inspirer les générations futures et démontrer que d'autres voies sont possibles, plus inclusives et plus responsables.

Dans un contexte mondial en constante évolution, marqué par l'urgence climatique, les inégalités sociales et la nécessité de repenser nos modèles économiques, ces entrepreneures incarnent une réponse concrète et crédible. Leurs réussites prouvent que l'impact positif peut être mesurable, scalable et économiquement viable. Elles montrent qu'il est possible de bâtir des entreprises performantes tout en contribuant activement au bien commun.

À travers cette nouvelle édition, ce dossier met en lumière des parcours inspirants et des initiatives porteuses de sens. Il invite à changer de regard sur l'entrepreneuriat et à reconnaître pleinement le rôle essentiel des femmes dans la transformation de nos sociétés. Encourager l'entrepreneuriat féminin, c'est investir dans des solutions durables, favoriser l'innovation responsable et construire un avenir plus juste et plus inclusif.

Car lorsque les femmes entreprennent et disposent des moyens d'agir, ce ne sont pas seulement des entreprises qui grandissent, mais des communautés entières qui se transforment. Une conviction s'impose alors avec évidence: lorsque les femmes avancent, c'est le monde entier qui progresse.

Texte Cartier Women's Initiative



Brandreport • Data is Life Consulting

La data, c'est la vie: l'humain au cœur des données

Chez Data Is Life, collectif d'indépendants aux expertises data complémentaires (opérations, business intelligence, protection des données), la donnée est pensée comme une matière vivante, au service des métiers et de l'humain. Dans un secteur encore largement masculin, où les femmes représentent moins de 20% des spécialistes, Christelle Patriarca, fondatrice, experte en gouvernance de données, speaker et modératrice d'événements, accompagne les organisations avec une approche data à 360 degrés, fondée sur la confiance, la collaboration et l'impact.



Christelle Patriarca

Fondatrice, Data is Life Consulting
Experte en gouvernance de données

Christelle Patriarca, vous avez travaillé pendant 20 ans dans les multinationales (LVMH, Bacardi, Nestlé). D'où vous vient ce désir d'accompagner sur la data?

J'ai constaté que dans toutes les organisations les mêmes problèmes revenaient: des erreurs de données qui provoquent des décisions incohérentes, des frustrations, des retards... J'ai compris que la donnée n'était pas une affaire d'informatique, mais un sujet profondément humain. C'est cette conviction qui m'a donné envie d'accompagner les organisations autrement.

Comment expliquez-vous la gestion de données à quelqu'un qui n'y connaît rien?

Je dis souvent que la donnée c'est le petit carton de la vendeuse d'autrefois. Si l'information dessus est fautive, tout le reste déraile: la commande, la livraison, la facturation. Aujourd'hui, c'est pareil... mais à grande échelle. Bien gouverner ses données, c'est s'assurer que tout le monde travaille avec la même vérité. La gestion de données est un catalyseur d'efficacité.

Un exemple de problème simple qui peut devenir catastrophique?

Un doublon. Si une entreprise a 50 boutiques mais qu'un fichier en contient 100, une IA va apprendre que l'entreprise en possède... 100. Les modèles deviennent faux, les budgets explosent. On ne s'en rend pas toujours compte, mais ça peut coûter des millions.

Votre approche mêle technologie et agilité. Pourquoi ce mélange?

Parce que la donnée n'est pas un tableau Excel: ce sont des gens qui collaborent. L'agilité apporte du pragmatisme et de la transparence: il aide les leaders à clarifier leurs besoins et à aligner leurs équipes.

Quand les personnes comprennent leur rôle, on gagne en confiance et tout devient plus fluide.

Quels sont les accompagnements que vous proposez avec Data Is Life?

Nous avons plusieurs formats: des séances de Data Discovery pour débloquer une situation en deux heures, l'accompagnement à la préparation des données pour l'IA, aligné avec les besoins de l'organisation, ainsi qu'un Data Accelerator Program pour accompagner les Leaders. L'idée est toujours la même: rendre les organisations autonomes.

Justement, qu'est-ce qu'un « bon » leader data pour vous?

Quelqu'un qui sait écouter, reformuler, décider... et reconnaître qu'il n'a pas toutes les réponses. La data exige de l'humilité. Ceux qui réussissent ne sont pas les plus techniques, mais les plus capables de faire travailler les équipes ensemble.

Votre devise est « Soyons le changement que nous voulons voir dans le monde » (Gandhi). Comment guide-t-elle votre travail?

Je crois qu'on ne peut pas accompagner un

changement qu'on n'a pas vécu soi-même. Nous aidons les organisations à créer de la confiance dans les données et nous nous efforçons de faire de même au sein de notre équipe, en gouvernance partagée.

Un conseil simple pour nos lectrices qui veulent mieux gérer la donnée dans leur travail?

La question à se poser: est-ce que je peux faire confiance aux données que j'utilise au quotidien pour agir et décider? Rien que ce petit pas change tout: La donnée devient moins abstraite... et beaucoup plus utile.

Interview Océane Kasonia

Contenu.

- 04 Égalité professionnelle
- 08 Mères entrepreneures
- 10 Interview: Nathalie Lesselin
- 12 Phobie scolaire
- 16 Stratégies d'équité salariale
- 20 Finance au féminin

Focus Femmes d'Aujourd'hui.

Cheffe de projet

Mathilde Guthleben

Responsable national

Pascal Buck

Head of content Romandie

Marie Geyer

Responsable graphique

Mathias Manner

Graphiste

Marie Geyer

Journalistes

Alix Senault, Marc-Antoine Guet,

Océane Kasonia, 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!

Mathilde Guthleben

Project Manager

Plus d'informations sur
dataislifeconsulting.com



Révéler le potentiel féminin pour transformer les entreprises

Avec InspirAction, Rodica Rosu Fridez accompagne les femmes ambitieuses et les entreprises responsables à activer un potentiel encore trop souvent sous-exploité : le leadership des femmes. À travers des programmes de développement et de transformation, elle agit là où se jouent les décisions, l'influence et la performance collective.



Rodica Rosu Fridez
Créatrice de liens, entrepreneure,
administratrice et mentore

Rodica Rosu Fridez, pourquoi avoir créé InspirAction ?

Il y a 10 ans, InspirAction est née d'un double constat. D'un côté, je rencontrais de nombreuses femmes extrêmement compétentes, engagées, mais qui doutent, attendent ou restent invisibles. De l'autre, des entreprises qui passent à côté de ces talents précieux. Mon ambition a été de créer un pont entre ces deux réalités : accompagner les femmes à activer leur leadership, et aider les organisations à créer des environnements où ce leadership peut réellement s'exprimer.

Votre parcours personnel semble étroitement lié à cette mission.

Oui, profondément. J'ai grandi en Roumanie sous une dictature et j'ai découvert la liberté à 19 ans, après la chute du mur de Berlin. Ma génération a dû se réinventer, apprendre ce que liberté, responsabilité et égalité voulaient dire. J'ai connu plusieurs vies professionnelles avant d'arriver en Suisse à 35 ans, où j'ai dû repartir de zéro. C'est là que j'ai pris conscience des inégalités persistantes entre femmes et hommes sur le marché du travail, notamment autour de la maternité, du temps partiel et de l'accès aux postes à responsabilité.

Qu'observez-vous aujourd'hui dans les entreprises suisses ?

Les femmes sont majoritaires dans les fonctions de support, de care ou d'éducation, mais largement sous-représentées là où se prennent les décisions stratégiques. Le potentiel est là, mais il reste inexploité. Tant que les femmes ne sont pas présentes dans les cercles de décision, les règles du jeu continuent d'être définies selon un seul prisme.

Comment InspirAction agit concrètement ?

Nous déployons en Suisse les programmes de L'effet A, conçus à Montréal. Ce sont de véritables parcours de transformation qui reposent sur le partage d'expériences de femmes leaders, la création de réseaux solides et le développement de compétences clés comme la visibilité, la posture et l'influence. Intégrés directement dans les entreprises, ces programmes témoignent de l'importance de l'investissement dans les talents féminins, une stratégie porteuse d'impact pour les organisations.



Tant que les femmes ne sont pas présentes dans les cercles de décision, les règles du jeu continuent d'être définies selon un seul prisme.

– Rodica Rosu Fridez,
Créatrice de liens, entrepreneure, administratrice et mentore

Quelle est, selon vous, la plus grande force des femmes en entreprise ?

Leur potentiel, justement. Les femmes sont engagées, créatives, fiables, empathiques. Ce qui leur manque le plus, ce n'est pas la compétence, mais l'influence. Beaucoup confondent encore influence et manipulation, alors qu'il s'agit de savoir créer des alliances, porter ses idées et prendre part aux décisions. C'est un levier essentiel que nous travaillons chez InspirAction et à travers L'effet A.

Vous travaillez aussi avec des dirigeants masculins. Pourquoi est-ce important ?

Parce que l'égalité et l'inclusion ne se construiront pas sans les hommes. J'accompagne des dirigeants qui souhaitent réellement transformer la culture de leur entreprise, pas seulement en discours, mais dans l'action. Lorsqu'hommes et femmes avancent ensemble, l'impact est beaucoup plus fort et durable.

Quelle est votre ambition pour la suite ?

Continuer à inspirer et encourager l'action. Parce que l'action la plus puissante naît quand chaque



collaborateur et collaboratrice se sent inspiré·e, reconnu·e, et en confiance pour agir. Je voudrais voir plus de femmes choisir leur ambition, et plus d'entreprises comprendre que le leadership féminin n'est pas un sujet « RH », mais un véritable levier de performance et de transformation collective.

Interview Océane Kasonia

Plus d'informations :
inspiraction.swiss



inspirACTION

Atelier Valeurs Ajustées • Brandreport

« Le leadership, c'est oser être soi »

Fondatrice d'Atelier Valeurs Ajustées, Linda Glassey-Cotruzzola accompagne les femmes vers un leadership aligné sur leurs valeurs. Enseignante, médiatrice et coach certifiée, elle s'adresse à celles qui souhaitent faire évoluer leur leadership, gagner en clarté et déployer pleinement leur potentiel.



Linda Glassey-Cotruzzola
Fondatrice d'Atelier Valeurs Ajustées

Linda Glassey-Cotruzzola, votre parcours est profondément marqué par vos parents. Quel premier apprentissage de leadership vous ont-ils transmis ?

J'ai grandi avec un papa très présent, qui m'encourageait à être autonome, et une maman, couturière et femme de ménage, qui était une véritable leader sans en avoir le titre : engagée, généreuse et courageuse. Ils m'ont transmis l'idée que ma voix avait de la valeur et que je n'avais pas besoin de me conformer pour exister.

Pourtant, vous expliquez avoir perdu votre boussole intérieure à l'âge adulte. Que s'est-il passé ?

Comme beaucoup de jeunes femmes, je me suis retrouvée face aux attentes sociales. Tout le monde avait un avis sur ce que devait être ma vie. J'ai cessé d'écouter mes valeurs, puis j'ai arrêté de me faire confiance. C'est à force de lectures, de recherche, de développement personnel, et de remise en question que j'ai pu me reconnecter à qui j'étais vraiment.

Comment définiriez-vous un leadership aligné avec ses valeurs ?

C'est un leadership qui part de l'intérieur. Ce n'est pas être parfaite, c'est être soi avec clarté. Quand on identifie nos valeurs, nos forces et ce qui nous anime réellement, nos actions deviennent cohérentes : c'est embrasser consciemment sa capacité à influencer positivement le monde.



La psychologie positive permet de partir des forces. Beaucoup de femmes se focalisent sur ce qu'elles doivent améliorer. Moi, je les aide à regarder ce qu'elles font déjà bien, à renforcer leur confiance et à construire un projet qui leur ressemble.

– Linda Glassey-Cotruzzola,
Fondatrice d'Atelier Valeurs Ajustées

Vous êtes certifiée en leadership et formée à la psychologie positive. En quoi cela change-t-il l'accompagnement ?

La psychologie positive permet de partir des forces. Beaucoup de femmes se focalisent sur ce qu'elles doivent améliorer. Moi, je les aide à regarder ce qu'elles font déjà bien, à renforcer leur confiance et à construire un projet qui leur ressemble. Ce n'est pas un travail « magique », c'est un travail d'alignement.

Pourquoi tant de femmes ont-elles du mal à s'écouter ?

La pression du rôle parfait est encore très présente. Beaucoup se sentent coupables de prendre du temps pour elles, tiraillées entre obligations professionnelles et familiales. Le risque d'échec les bloque aussi : elles préfèrent ne rien tenter plutôt que de décevoir. Le leadership féminin commence quand on se donne la permission d'être soi.

Vous aidez à clarifier une vision à cinq ans. Quel est l'impact concret ?

Avoir une vision réduit la charge mentale. Cela permet de faire le tri, de poser des limites et de renouer avec ce qui a du sens. Une décision n'est ni bonne ni mauvaise : elle est alignée ou non. Quand une femme sait où elle veut aller, ses choix deviennent beaucoup plus sereins.

Vous êtes aussi co-fondatrice d'une communauté d'entrepreneuses. Pourquoi est-ce essentiel ?

La solitude est un frein majeur. Se savoir entourée, soutenue et inspirée par d'autres femmes change tout. La sororité n'est pas un slogan, c'est un levier puissant de confiance et d'action, se placer dans un tel environnement c'est s'autoriser à briller.

Que peut apporter un coaching de leadership à une personne qui se sent invisible ?

D'abord une compréhension profonde de ses valeurs et de ses besoins. Ensuite une mise en action structurée : un plan réaliste, concret, aligné. Beaucoup

de mes clientes redécouvrent leur capacité d'agir. Elles dépassent leurs blocages, osent des projets qu'elles croyaient impossibles, retrouvent simplement leur élan et diminuent leur charge mentale.

Vous préparez une retraite de leadership féminin en Sicile. Quel en est l'objectif ?

Offrir une bulle de déconnexion pour se recentrer et travailler intensément sur son leadership authentique. Une semaine pour découvrir sa voix, dépasser ses peurs et repartir avec une route claire pour la suite. Le fait d'échanger entre femmes d'Europe et du Canada crée une richesse incroyable de perspectives.

Quel message aimeriez-vous transmettre aux femmes qui doutent encore ?

Oser investir en vous. Votre leadership n'a pas besoin d'être bruyant pour être puissant. Quand vous réalisez vos actions avec vos valeurs, vous créez une vie qui vous ressemble et c'est là que tout devient possible.

Votre mantra ou phrase qui vous guide au quotidien ?

« Aujourd'hui est une belle journée pour faire la différence. » C'est simple, mais puissant : chaque matin, se rappeler que nos actions peuvent avoir un impact positif, même petit, sur le monde autour de nous.

Interview Océane Kasonia

Plus d'informations sur :
valeurs-ajustees.com



ATELIER
valeurs ajustées
COACHING



Égalité des genres : où en est la Suisse ?

En Suisse, l'égalité hommes-femmes progresse, mais les disparités restent marquées dans les entreprises, notamment aux niveaux de management intermédiaire et supérieur. Cate Bichara, représentante d'Advance en Suisse romande, analyse les chiffres, les obstacles et les pistes pour avancer vers une égalité durable.



Cate Bichara

Représentante d'Advance en Suisse romande

Cate Bichara, comment vous présenteriez-vous en quelques mots ?

Je travaille chez Advance depuis le 1^{er} avril 2025, avec pour mission de développer la partie Suisse romande. Advance existe depuis plus de dix ans, avec une mission pour toute la Suisse, elle a son siège à Zurich. Mon rôle est de promouvoir l'égalité des genres en entreprise et de mettre en œuvre nos programmes sur le terrain, en accompagnant nos membres dans leurs initiatives.

Quel est l'état actuel de l'égalité hommes-femmes dans le monde professionnel en Suisse ?

Selon notre Gender Intelligence Report, qui analyse les données RH d'environ 376 000 employés dans différents secteurs, nous observons presque la parité dans les postes non managériaux : 47% de femmes pour 53% d'hommes. Mais dès que l'on passe au management intermédiaire et supérieur, la proportion de femmes chute à 20-30%. Cela montre que nous sommes encore loin d'une égalité durable au niveau du leadership.

Quels sont, selon vous, les principaux obstacles à cette égalité ?

Il y a plusieurs facteurs. Les biais inconscients influencent les décisions de recrutement et de promotion. Les modèles de rôle pour les femmes sont insuffisants, ce qui limite la projection professionnelle. La culture d'entreprise traditionnelle et les stéréotypes persistants jouent également un rôle. Enfin, des éléments structurels, comme le temps partiel lié aux obligations familiales ou l'âgisme, peuvent freiner la progression des femmes dans certaines carrières.

Comment ces obstacles se manifestent-ils concrètement ?

Prenons le cas du temps partiel : les femmes, souvent à moins de 80% entre 30 et 45 ans, ne sont pas considérées pour des promotions à des postes stratégiques, alors même qu'elles possèdent toutes les compétences nécessaires. Il y a aussi ce que nous appelons le « broken ladder » (l'échelle cassée, ndlr) : certaines marches de la carrière sont manquantes ou difficiles à gravir pour les femmes, ce qui limite leur accès au leadership.

Comment Advance accompagne-t-elle ses membres pour surmonter ces obstacles ?

Notre objectif est d'atteindre, durablement 30% de femmes à tous les niveaux de management d'ici 2030. Pour y parvenir, nous nous appuyons sur quatre piliers : D'abord, des ateliers de développement (skill building) qui abordent le branding personnel, la négociation, la confiance en soi ou encore des modules immersifs destinés à sensibiliser tous les genres aux biais. Ensuite, un programme de mentorat inter-entreprises qui met en relation des talents féminins avec des mentors de haut niveau, hommes ou femmes, afin de soutenir leur progression tout en créant un réseau sécurisé et ouvert.

Nous organisons également des événements de réseautage, conférences et rencontres thématiques, pour favoriser le partage d'expériences et de bonnes pratiques et de rendre visible les modèles. Enfin, nous encourageons les échanges de meilleures pratiques entre entreprises autour d'initiatives inclusives, de la transparence salariale, de la gestion des biais ou de l'accompagnement parental.

Quels résultats observez-vous parmi vos membres ?

Les entreprises membres affichent de meilleurs résultats statistiques que la moyenne nationale. Elles progressent plus vite, car leurs employés participent activement aux programmes et initiatives. Cela montre que l'engagement concret produit des effets positifs, même si la route vers l'égalité complète reste longue.

Pourquoi est-il important d'impliquer les hommes dans cette démarche ?

L'égalité ne consiste pas à « corriger la femme ». Aussi, elle a des avantages pour tout le monde, y compris les hommes ! Elle nécessite un changement systémique. Les hommes doivent être sensibilisés aux biais et aux obstacles invisibles et faire partie intégrante de la conversation. Par exemple, partager le temps partiel et les responsabilités parentales permet de créer des conditions plus équitables pour les promotions et la rétention des talents, et permet aux hommes de s'engager comme parents aussi et de partager le rôle de « gagne-pain ».

Quels enseignements tirez-vous de vos recherches et du Gender Intelligence Report ?

Nous constatons que les équipes diverses sont plus

performantes, plus créatives et innovantes et favorisent la rétention des talents. Mais l'égalité durable ne se construit pas seulement en nommant des femmes à des postes clés. Il faut réviser les processus de recrutement, de promotion et d'évaluation, éliminer les biais et mettre en avant des modèles inspirants afin de construire un vivier de talents pour tous les niveaux managériaux.

Quels conseils donneriez-vous aux entreprises qui souhaitent progresser dans ce domaine ?

Identifier les biais structurels et culturels et les corriger consciemment, valoriser la diversité et l'inclusion, offrir des perspectives de carrière équitables et impliquer tous les acteurs, hommes et femmes, dans la démarche. Il est également essentiel de mesurer les résultats et de partager les bonnes pratiques pour créer un effet durable à l'échelle de l'entreprise et du marché.

En résumé, quelle est la vision d'Advance pour l'avenir ?

Nous voulons une Suisse où les femmes et les hommes peuvent évoluer, contribuer et participer de manière équitable à tous les niveaux professionnels ce qui est un atout financier, non seulement pour l'entreprise, mais pour l'économie dans son ensemble. Une égalité durable est possible si les entreprises adoptent une approche systémique et si la société remet en question ses stéréotypes et pratiques. Les efforts menés aujourd'hui détermineront la compétitivité, la créativité et la durabilité du monde professionnel de demain.

Interview **Océane Kasonia**

Brandreport • Association working moms

Working Moms : quand les femmes osent enfin être elles-mêmes

Fondatrice de Working Moms, Virginie Polla-Jacquier a imaginé un espace de soutien, d'authenticité et de solidarité entre femmes actives. En un an et demi, l'association basée à Genève a réuni des centaines de participantes et s'apprête désormais à s'étendre à Lausanne début 2026. Rencontre.



Virginie Polla-Jacquier

Fondatrice, Association Working Moms

Et si un espace de respiration, d'authenticité et de solidarité était possible ? C'est le pari qu'ont mené Rafaella Martinez, Mara Pasquali, Virginie Polla-Jacquier, Tatiana Carruzzo et Larissa Aldosari-Dicker en lançant l'association Working Moms à Genève.

Quand une expérience personnelle fait écho

Lorsque Virginie devient maman pour la deuxième fois, elle ne s'attend pas à ce que la maternité vienne autant bouleverser sa vie professionnelle, ni à ce profond sentiment de solitude qu'elle a gardé pour elle. « J'étais épuisée, mais je ne le montrais pas. J'avais l'impression qu'il fallait tout faire parfaitement. Et puis un jour, j'ai eu besoin d'un endroit où je pourrais juste... déposer ce poids-là. » Ce lieu n'existait pas. Alors elle l'a créé.

Un espace de liberté dans un monde codifié

Working Moms n'est pas une communauté comme les autres. Ici, on oublie les cartes de visite et les titres gratifiants. On se retrouve pour parler vrai, entre femmes qui connaissent la charge mentale, le multitâche permanent, les doutes professionnels et la quête de sens. « Les femmes qui viennent ne cherchent pas à briller, elles cherchent à respirer. Et c'est dans cette authenticité que naît une forme de puissance. »

Chaque événement est pensé pour nourrir à la fois le mental, le cœur et l'esprit. Des ateliers sur l'intelligence artificielle ou la fiscalité côtoient des conférences-ateliers sur le syndrome de l'imposteur, la charge mentale ou des soirées pour danser, rire et lâcher prise. Tout est fait pour recréer du lien, sans masque et sans jugement.

Le pouvoir du témoignage

Ce qui rend ces rencontres si uniques, ce sont les partages, ceux qui naissent dans le silence d'un cercle ou la confiance d'un moment suspendu. « Une fois, une participante a pris la parole pour la première fois en public. Elle a parlé de son épuisement, de sa peur de ne plus exister dans le monde du travail après son congé maternité. C'était bouleversant. On a toutes pleuré. Ce jour-là, j'ai su qu'on avait créé quelque chose de précieux. »



directement la vision de Working Moms : proposer des contenus toujours plus riches, concrets et en phase avec les réalités des femmes actives. Ils lui permettent aussi de créer des ponts, de rencontrer des personnes inspirantes qui, demain, deviendront peut-être les intervenantes des événements à venir. Une manière de faire grandir l'association de l'intérieur, avec cohérence, curiosité et ouverture.

Interview **Océane Kasonia**

Plus d'informations sur w-moms.ch



Une expansion naturelle

En moins de deux ans, l'association a rassemblé plus de cinq cents femmes dans le canton de Genève. Devant l'ampleur de la demande, Working Moms s'installera à Lausanne dès 2026. « Il existe un vrai besoin d'espaces humains, profonds et bienveillants. »

Et demain ?

Virginie continue de se former et d'explorer de nouveaux champs comme le coaching et l'accompagnement. Ces apprentissages nourrissent

**working
moms**

« Les valeurs ne se montrent pas seulement par de beaux mots, mais par des décisions »

Dans une économie souvent définie par la vitesse et la croissance, Vanessa Gentile fonde son leadership sur un autre socle. Pour la directrice marketing de Salesforce Suisse, les valeurs ne sont s'arbores pas comme de la décoration, mais sont la base même des décisions. Un entretien sur la confiance, la responsabilité sociétale et qui démontre comment les petites initiatives peuvent transformer durablement un système.



Vanessa Gentile
Directrice marketing, Salesforce

Madame Gentile, Salesforce met en avant des valeurs comme la confiance, l'innovation, l'égalité des chances et la durabilité. Parmi ces valeurs, lesquelles influencent le plus votre vision du leadership ?

Clairement, la confiance. Elle est au centre de mes actions et constitue la base de toute relation. Sans confiance, il ne peut y avoir d'ouverture, d'innovation ni de collaboration. Je suis convaincue que les gens ne peuvent développer leur plein potentiel que s'ils se sentent en sécurité. Ce n'est qu'à ce moment qu'ils prennent des responsabilités et s'engagent pleinement.

Beaucoup d'entreprises affichent des valeurs sur leur papier. Salesforce les vit depuis sa création. Comment cela se manifeste-t-il ?

Les valeurs ne se montrent pas par de beaux mots ou des présentations, mais par des décisions claires. Peu après notre création, nous avons commencé à mettre nos valeurs en pratique, par exemple avec le modèle 1-1-1, notre modèle philanthropique. De plus, nous refusons les partenariats qui ne respectent pas nos principes éthiques. Et nous réévaluons régulièrement nos valeurs, en interne comme en externe. Le leadership doit les incarner, sinon elles restent des mots vides.

Comment conduisez-vous le leadership personnellement ?

Pour moi, être leader signifie être un exemple. Ce n'est pas simplement la hiérarchie, mais aussi l'attitude. Je crois fermement que le leadership existe même sans responsabilité hiérarchique directe. La visibilité joue un rôle, mais l'écoute est tout aussi importante. Depuis que je suis mère, ma vision a changé : je suis devenue plus empathique et j'ai appris que la force réside souvent dans le calme et la patience.

Salesforce est considérée comme pionnière en responsabilité sociétale. Vous parlez du modèle 1-1-1, qu'est-ce que cela signifie ?

Notre modèle 1-1-1 est central à cet égard. Un pour cent de nos bénéficiaires, un pour cent de nos produits et un pour cent du temps de travail sont consacrés à des actions caritatives. Les collaborateurs peuvent utiliser jusqu'à sept jours de travail payés par an pour un engagement social. Cela favorise l'empathie et la créativité. Et cela transforme des équipes entières, car cela impacte positivement la collaboration lorsque l'on fait quelque chose de bien ensemble. Les personnes voient également qu'elles ont un impact, et elles réintègrent cette attitude dans leur quotidien professionnel.

C'est à partir de ce modèle qu'est née votre initiative Bring Women Back to Work. Comment tout a commencé ?

J'ai constaté combien de femmes hautement qualifiées et formées souhaitaient revenir sur le marché du travail après une pause professionnelle, et combien d'obstacles se dressaient sur leur chemin. J'avais moi-même vécu cette expérience. J'ai donc lancé le programme en 2020. Nous formons les femmes techniquement, renforçons leurs compétences

comportementales, proposons du mentorat et accordons une grande importance à la santé mentale. Beaucoup arrivent avec peu de confiance en elles. C'est exactement là que nous intervenons.

Avec quel succès ?

Plus de 400 femmes ont déjà participé, environ 75 % travaillent à nouveau aujourd'hui, certaines ont créé leur propre entreprise. Ce qui me touche le plus : la transformation personnelle. Lorsque les femmes réalisent après quelques mois qu'elles sont à nouveau utiles, cela change non seulement leur vie professionnelle, mais souvent tout leur entourage : famille, amis, relations et enfants. Tout le monde en bénéficie. Aujourd'hui, Bring Women Back to Work est une ONG en Suisse, en Allemagne et en Europe centrale. L'Espagne et le Portugal suivront bientôt.

Que peuvent apprendre les entreprises de telles initiatives ?

Que l'engagement sociétal n'est pas un poste de dépense, mais un moteur d'innovation et de fidélité. La diversité apporte d'autres perspectives, transforme les équipes et rend les entreprises plus résilientes. La responsabilité sociétale renforce la marque employeur, surtout auprès des jeunes générations, qui choisissent des employeurs qui affichent leurs valeurs et les incarnent.

Comment définissez-vous personnellement le succès ?

Le succès, c'est l'impact. Le chiffre d'affaires est un indicateur, mais le succès durable naît lorsque les objectifs sociétaux et économiques se rejoignent. Lorsqu'une action perdure et continue d'avoir un effet, même après que mon rôle se termine, c'est là que réside le vrai succès.

De nombreuses entreprises se demandent si la philanthropie en vaut la peine. Que répondez-vous ?

Absolument, elle en vaut largement la peine ! Parce que la responsabilité crée la confiance : chez les clients, les partenaires et les talents. La philanthropie est une boussole morale et une opportunité stratégique. Les entreprises qui donnent reçoivent beaucoup en retour : en motivation, en crédibilité et de la part des collaborateurs qui restent parce qu'ils se sentent reconnus.

Que souhaiteriez-vous voir chez les dirigeants, les entreprises, peut-être même dans la société, à la fin de l'année ?

Plus de courage pour assumer des responsabilités. L'impact sociétal ne naît pas de grandes annonces, mais du comportement quotidien. Si beaucoup de personnes contribuent un peu, beaucoup de choses changent. Je le constate auprès de chaque femme qui participe à notre programme. Chaque histoire montre combien l'effet des petits pas peut être grand. C'est précisément cela qui me donne la force de continuer.

Plus d'informations sur www.salesforce.com



Haute école de gestion Genève • Brandreport

Oser investir dans son leadership : pourquoi les femmes gagnent à franchir le pas de l'Executive MBA



Astrid Dauverné
Co-directrice de l'Executive MBA, HEG-Genève

Astrid Dauverné est co-directrice de l'Executive MBA de la Haute École de Gestion de Genève. Après une carrière internationale en marketing, elle s'est engagée dans la formation continue et le coaching exécutif pour « faire grandir des leaders prêts à relever les défis du XXI^e siècle ».

« Je ne suis pas prête », « Ce n'est pas le bon moment », « Ai-je vraiment ma place ? » Selon Astrid Dauverné, co-directrice de l'Executive MBA de la Haute École de Gestion de Genève et maître d'enseignement, ces phrases reviennent fréquemment lorsqu'elle échange avec des professionnelles expérimentées qui envisagent un Executive MBA. « Elles traduisent une réalité largement documentée : les femmes hésitent encore à investir dans des formations orientées direction d'entreprise, alors même que les besoins sont identifiés. »

Où en est la Suisse ? Des progrès... mais un plafond bas

En Suisse, la féminisation des instances dirigeantes progresse, mais marque le pas. Les dernières analyses issues des registres du commerce font état de 28,4 à 28,5 % de femmes dans les directions. Autrement dit, moins d'un tiers des membres des comités de direction sont des femmes. La tendance est similaire au sein des 100 plus grands employeurs suisses : environ 20 à 22 % de femmes en direction aujourd'hui, contre 4 % en 2006. Le bond est réel. Mais la dynamique ralentit. Du côté des conseils d'administration, la proportion atteint 33 %, dépassant le seuil indicatif de 30 % fixé par le droit des sociétés anonymes, tout en restant en deçà des pays européens les plus avancés. Le Cercle Suisse des Administratrices (CSDA) souligne ce contraste : si les grandes entreprises améliorent leur mixité, les PME restent en retrait. « C'est précisément dans ce contexte

que les parcours Executive MBA peuvent jouer un rôle d'accélérateur, en renforçant les compétences et la visibilité des futures administratrices », rappelle la co-directrice de l'Executive MBA.

Et à l'international ? Les cohortes EMBA progressent... avec un léger recul en 2024

À l'échelle mondiale, l'Executive MBA Council (EMBAC) suit l'évolution de la présence féminine dans les programmes EMBA. Un record de 34,8 % d'étudiantes, atteint en 2022, contre 30,1 % en 2017, témoignait d'une dynamique encourageante. En 2024, la proportion recule légèrement. Un signal à prendre au sérieux. La parité n'est jamais acquise et suppose un engagement constant. « La diversité et la parité constituent des leviers essentiels au sein d'un programme EMBA. Elles enrichissent les échanges, favorisent des prises de décision plus inclusives et préparent les leaders à évoluer dans un environnement économique global et complexe. » Disposer d'un nombre significatif de femmes au sein des cohortes contribue aussi à créer un cadre dans lequel elles peuvent se projeter, s'exprimer et se sentir pleinement légitimes. « C'est essentiel pour que plus de femmes aspirent à des postes de direction », souligne Astrid Dauverné.

Pourquoi les femmes hésitent-elles ?

Pour Astrid Dauverné, trois freins apparaissent régulièrement. « D'abord, la formation est souvent perçue comme une « pause » coûteuse, dans une période déjà marquée par une forte charge professionnelle et personnelle ». Or, un EMBA est conçu pour s'adapter au rythme des cadres, avec des cours en blocs. Avec un retour sur investissement qui se matérialise rapidement (évolution de poste, revalorisation salariale). « Ensuite, en l'absence de rôles-modèles visibles et de sponsors au sein des organisations, les femmes candidatent moins ». Les données suisses montrent que nombre de dirigeantes sont recrutées en externe, ce qui peut fragiliser leur ancrage, d'où l'importance du mentorat et du coaching. « Enfin, les structures de soutien (employeur, entourage, école) jouent un rôle clé pour alléger la charge mentale. L'accompagnement personnalisé est un des piliers de notre EMBA », souligne Astrid Dauverné, citant la mise à disposition pour toutes les participantes d'un.e coach de carrière certifié.e.



Annick Rywalski
Directrice suppléante, Responsable Division Communes et entreprises, BPA

« Il y a 16 mois, avec le soutien de mon employeur [...] j'investissais en moi-même. Mes proches aussi m'ont soutenue... Mes enfants ont trouvé cela inspirant : « une maman qui travaille, s'engage et continue à se former. » On arrive avec son agenda qui déborde... et on repart avec de nouvelles compétences. Alors merci à celles et ceux qui m'ont soutenue... Pour la suite ? Oser plus. Toujours », relate Annick Rywalski, alumna EMBA 2025.

Ce que change concrètement un Executive MBA

L'acquisition d'une capacité de diagnostic à 360° et la maîtrise des enjeux stratégiques renforcent la légitimité au sein des comités de direction. Les compétences développées (finance stratégique, gouvernance, transformation, gestion du changement) ouvrent également la voie à des mandats d'administratrice.



Alix Johner
Directrice, Régimo Genève SA

« Ce programme m'a permis de consolider mes compétences en stratégie, d'affiner ma vision du management et de faire évoluer ma manière d'exercer le leadership. Mais la vraie force de ces 16 mois, c'est le groupe. Mes camarades de promotion ont joué un rôle essentiel dans cette évolution : échanges francs, confrontations d'idées, soutien constant face à la cadence, moments de rires... Une

dynamique qui nous a fait progresser bien au-delà de ce que j'imaginai en début de programme », raconte Alix Johner, alumna EMBA 2025.

Le réseau constitue l'un des atouts majeurs d'un EMBA. La cohorte devient un véritable accélérateur de carrière, tandis que le cercle des intervenants et des alumni ouvre des portes au sein de l'écosystème romand et international. Enfin, grâce au programme de développement du leadership et de l'impact organisationnel, les participantes affirment leur posture, gagnent en confiance et inscrivent leur progression dans la durée.

Un appel très concret aux entreprises et aux candidates

Pour les employeurs, sponsoriser une candidate ne relève pas d'un « coût », mais d'un investissement. Les bénéfices se traduisent par une meilleure rétention des talents, un vivier plus diversifié et des décisions plus robustes, tant en matière de gouvernance que d'opérationnel. « Aux professionnelles, le message est tout aussi clair : si ces hésitations résonnent, il est essentiel d'en parler avec sa hiérarchie, de solliciter un mentor, de participer à une séance d'information et de poser ses questions sans filtre » précise Astrid Dauverné. Les données internes et celles de l'EMBAC montrent que la mixité des cohortes n'est pas une dynamique linéaire : chaque candidature féminine contribue à maintenir l'élan. En conclusion, le besoin de femmes dans les directions d'entreprise en Suisse est manifeste. « Les chiffres le confirment, l'économie en bénéficie. Et les organisations y gagnent, très concrètement, en performance et en résilience. » À la HEG-Genève, l'accompagnement est pensé pour permettre à chaque ambition de devenir un projet concret.

Inscription à une séance d'information : hesge.ch



h e g

Haute école de gestion Genève

Célébrer l'amour et accompagner les renaissances

Célébrante pionnière des cérémonies laïques en Suisse, Marylin Rebelo accompagne depuis plus de dix ans les couples dans la création d'unions profondément personnelles à travers son entreprise éponyme. De cette première activité est née une seconde voie : Alma Nova, un espace de coaching et de rituels dédiés aux grandes transitions de vie. Deux entreprises, une même mission : remettre du sens, de la conscience et de l'amour au cœur des passages essentiels de l'existence.



Marylin Rebelo

Célébrante de cérémonies laïques, Marylin Rebelo
Coach et mentor, Alma Nova

Marylin Rebelo, votre parcours vous a mené à créer deux entreprises complémentaires. Comment tout a commencé ?

Avant l'entrepreneuriat, j'ai travaillé dans les médias et le digital, au sein de grandes entreprises internationales. Après plusieurs restructurations et un burn-out profond, j'ai traversé une remise en question majeure. C'est aussi à cette période que je me suis mariée. Le mariage ne m'avait jamais fait rêver, mais si je devais le vivre, il devait avoir du sens. J'ai alors découvert la puissance des rites de passage et de l'écriture émotionnelle. Cette expérience personnelle a donné naissance à ma première entreprise.

Votre activité de célébrante s'est rapidement développée...

Oui, à l'époque, les cérémonies laïques étaient encore peu connues en Suisse. J'ai lancé mon site presque intuitivement et les demandes ont afflué très vite. J'ai compris qu'il existait un réel besoin de célébrations personnalisées, alignées avec les valeurs et l'histoire des couples. Depuis, j'ai célébré près de 400 unions, en Suisse et à l'international.

Qu'est-ce qui distingue votre approche des cérémonies laïques traditionnelles ?

Je ne me contente pas de créer une cérémonie : j'accompagne les couples. Le travail commence bien avant le jour J. Je cherche à comprendre qui ils sont,



ce qui les relie, leur « zone sacrée ». La cérémonie découle naturellement de cet accompagnement. Chaque texte est écrit à partir d'une page blanche, guidé par l'intuition, l'écoute et la profondeur du lien.

Vous êtes également spécialisée dans les unions intimes et les elopements. Pourquoi ce choix ?

Parce que beaucoup de couples souhaitent aujourd'hui s'unir pour eux-mêmes, loin des conventions. Les elopements permettent une célébration intime, souvent en pleine nature, où l'émotion est plus brute, plus vraie. Ce format répond à une évolution sociétale : on se marie moins par tradition et davantage par choix conscient.

Votre activité ne s'arrête pas aux unions...

Effectivement. Au fil des années, on est venu me chercher pour d'autres étapes de vie : baptêmes laïques, cérémonies de deuil, rites de passage. J'ai réalisé que mon rôle allait au-delà de la célébration. C'est ainsi qu'est née ma deuxième entreprise, Alma Nova.

Qu'est-ce qu'Alma Nova ?

Alma Nova est un espace d'accompagnement et de coaching dédié aux grandes transitions de vie. J'y accompagne des individus, des couples, des familles, mais aussi des entrepreneures, principalement des femmes. On y travaille autant sur des aspects concrets (projets, vision, positionnement) que sur le mindset, l'alignement intérieur et les

blocages émotionnels. J'utilise des outils comme l'Ennéagramme ou le Human Design, toujours au service d'un cheminement personnel profond.

Quel lien faites-vous entre vos deux activités ?

Elles sont intimement liées. Dans les cérémonies comme dans le coaching, il s'agit d'accompagner l'humain dans des moments clés de transformation. La célébration est souvent l'aboutissement d'un chemin intérieur, et le coaching peut parfois se vivre sans cérémonie, mais toujours avec une dimension rituelle et symbolique.

Votre intuition joue un rôle central dans votre travail. Comment l'intégrez-vous ?

J'ai appris à lui faire confiance. Je ressens, je perçois, je capte des images et des symboles que je traduis ensuite en mots ou en rituels. Que ce soit pour une union ou un accompagnement Alma Nova, l'intuition me permet de proposer quelque chose de juste, profondément aligné avec la personne ou le couple.

Après plus de dix ans d'entrepreneuriat, qu'est-ce qui vous anime encore ?

L'amour, toujours. Choisir d'aimer, de s'unir ou de se transformer est un acte fort. Mon rôle, à travers mes deux entreprises, est de faire honneur à ces choix. Comme j'aime le dire : ce qui est touché par l'amour dure toujours.

Interview Océane Kasonia



Brandreport • Orphée Consulting

Comités stratégiques : un levier de gouvernance encore sous-utilisé par les PME



Mon expérience des conseils d'administration et du terrain montre que de nombreux dirigeants de PME manquent encore de cadres structurés pour éclairer leurs décisions stratégiques.

Le comité stratégique : l'arme secrète des PME

C'est en croisant les points de vue et les vécus que la stratégie devient plus juste et que les choix sont plus solides. Un comité stratégique réunit des profils diversifiés qui réfléchissent ensemble sur la direction à prendre pour l'entreprise.

Ce comité permet de clarifier les priorités et de sortir de l'urgence quotidienne pour définir une trajectoire claire, mais aussi de structurer la croissance en mettant en place les processus nécessaires pour passer un cap de développement. Il permet également d'anticiper les transitions, car oui, c'est inévitable : qu'il s'agisse d'un changement de direction, d'une transmission familiale ou d'un projet de vente, l'anticipation est la clé de la valorisation. Le comité stratégique renforce la gouvernance sur le long terme et offre un gage de sérieux supplémentaire face aux banquiers et investisseurs.

Repenser tout son modèle d'affaires ne doit pas se faire seul

Le rôle d'un accompagnement stratégique n'est pas de prendre la place du dirigeant, mais de créer un cadre de réflexion exigeant et structuré, en se positionnant comme sparring-partner. Un comité stratégique permet notamment de repenser le business model, de donner de la cohérence aux décisions du quotidien et de transformer une vision en orientations concrètes. *L'expérience montre que les dirigeants de PME font face à des défis complexes et engageants.*

Pour faire face à ces défis, mon expérience de plus de 30 ans passés sur le terrain et mon expertise, autant stratégique qu'académique, m'ont convaincue de proposer souvent la mise en place de comités stratégiques au sein des PME et ETI. Il s'agit d'une réelle solution de pérennisation, de sérénité et de prise en compte de l'ensemble des parties prenantes pour le décideur.

Un regard extérieur peut tout changer

Les meilleures décisions ne naissent pas de la théorie mais de la diversité cognitive et de l'expérience terrain. Mon expérience personnelle de la direction d'entreprise, notamment dans des contextes de reprise et de forte pression, me permet de mieux comprendre la réalité des décisions critiques. Trouver les profils, ressentir l'engagement, réfléchir à un ordre du jour qui ne fasse pas du comité une simple chambre d'enregistrements sont autant de défis qui méritent que le dirigeant s'y attèle avec sérieux et conviction.

Depuis toujours facilitatrice de transition, ces concepts ne sont pas théoriques pour moi : ils sont aussi le fruit de mon histoire. Mon accompagnement permet souvent d'apporter de la lucidité là où le dirigeant n'a plus le recul nécessaire. C'est souvent ce déclic qui permet de débloquer une situation qui semblait sans issue.

La performance ne se joue pas que dans les tableurs Excel

Un parcours mêlant droit, finance, conseil et industrie m'a appris que la performance durable ne se résume jamais à des indicateurs financiers. La stratégie, tout le monde en parle. Mais la construire sur le terrain, entre les enjeux opérationnels et les

réalités humaines, c'est une autre histoire. Et les dirigeants savent rarement par où commencer seuls.

Une ambition : partager une expérience multisectorielle

J'ai passé 30 ans dans les PME et dans l'industrie. Aujourd'hui, je suis capable de comprendre aussi bien les enjeux d'une raffinerie, d'une cimenterie que ceux d'une société de services luxueuse.

Mon parcours m'a appris qu'une entreprise solide n'est pas forcément celle qui va vite, mais celle qui sait s'entourer pour anticiper les chocs.

À propos d'Orphée Consulting

Fondé en 2015, Orphée Consulting accompagne les dirigeants lors de phases de transformation critiques : transmission d'entreprise, situations financières nécessitant un redressement ou réorientation stratégique. Le cabinet intervient principalement en Suisse et dans le Grand Genève, avec une approche fondée sur la proximité, la confiance et une forte compréhension des enjeux de gouvernance.

Désignée par le Conseil d'État de Genève comme membre du Conseil d'Administration de la Banque Cantonale de Genève en 2022, puis nommée Présidente de son Comité d'Audit en 2025, Fabienne Bertolucci s'inscrit aujourd'hui dans une dynamique de contribution accrue aux enjeux de gouvernance. Son engagement s'oriente notamment vers le développement de comités stratégiques et la participation à des conseils d'administration, au service du tissu économique romand et international.

Plus d'informations sur orpheeconsulting.swiss



ORPHÉE CONSULTING

Me connaître au travers du questionnaire de Proust

Ma principale qualité :

Toujours trouver la vie incroyablement belle!

Mon principal défaut :

Parfois être un peu trop bélière! et authentique.

Mes engagements :

Pour les femmes, en étant membre du conseil de fondation Madeleine Moret – Maison de la Femme à Lausanne; pour les enfants, au travers d'HappyKid créée par une amie que je soutiens et que j'envoie de soutenir davantage.

Mes loisirs :

piano, aviron, lecture, la nature, la Méditerranée plus forte que tout.

Comment je concilie vie privée et vie professionnelle :

Maman d'un garçon de 14 ans, arrivé à 7 ans du Laos, j'ai des ressources d'adaptabilité incroyables!

Chat ou Chien :

Chien

Une icône rock :

Annie Lennox

Contact

Email : f.bertolucci@orpheeconsulting.swiss

Tél : +41 78 966 20 95

LinkedIn : [linkedin.com/in/fabienne-bertolucci](https://www.linkedin.com/in/fabienne-bertolucci)

« Les meilleures décisions ne naissent pas de la théorie, mais de la diversité cognitive et de l'expérience terrain. »

« On ne dirige pas une entreprise en restant derrière un bureau »

À la tête d'Aprotec, PME familiale spécialisée dans l'éclairage de secours et de sécurité, Anne-Sophie Dunand-Blaesi incarne la troisième génération de dirigeants derrière son père, Michel Blaesi, et son grand-père, Eugène Blaesi. Engagée dans une stratégie résolument tournée vers la RSE, elle a conduit l'entreprise à obtenir la certification B Corp, symbole d'un modèle qui place l'humain et la durabilité au cœur de son attention, tout en conservant une efficacité financière.



Anne-Sophie Dunand-Blaesi
Directrice générale, Aprotec SA

Anne-Sophie Dunand-Blaesi, vous venez d'obtenir la certification B Corp en juin dernier. Qu'est-ce que cela représente concrètement pour Aprotec et pour vous en tant que dirigeante ?

C'est avant tout le résultat d'un formidable travail collectif. Ce label est exigeant et repose sur de nombreux critères, ce qui nécessite rigueur et constance. Nous avons constitué une « green team » d'une douzaine de collaboratrices et collaborateurs chargés de piloter les projets RSE. Grâce à leurs différentes actions et à une collecte minutieuse de données, nous avons pu mener ce chantier à bien. À titre personnel, c'est une immense satisfaction et un magnifique travail d'équipe. Une belle récompense de toutes les actions menées. Dès mon arrivée dans l'entreprise, il y a une dizaine d'années, j'ai placé la RSE au cœur de ma stratégie. Voir aujourd'hui ce cap reconnu par un label international et difficile à obtenir représente une vraie victoire. Recevoir ce bloc de bois symbolisant la certification a été un moment fort, l'aboutissement d'un long combat.

Vous avez en effet choisi de placer le développement RSE au cœur de votre stratégie. Qu'est-ce qui vous a motivée à en faire une priorité ?

Je suis convaincue que les dirigeants d'entreprise ont un rôle à jouer dans la transition écologique et sociale. J'ai des enfants, j'aime la nature, et je considère que nous n'avons pas le droit de gâcher ce que nous avons reçu.



La RSE, c'est aussi prendre soin des personnes : c'est un aspect essentiel de mon management, où la bienveillance et l'attention aux collaboratrices et collaborateurs occupent une place centrale. Nous avons opté pour la certification B Corp parce qu'elle correspondait à nos valeurs et à la direction que je voulais donner à l'entreprise. Ce processus m'a même inspirée de nouvelles actions en ligne avec cette vision humaine et responsable. En tant qu'entreprise familiale, nous devons perpétuer les valeurs héritées, en les adaptant à notre époque.

Quels changements concrets avez-vous mis en place dans l'entreprise pour répondre aux exigences de durabilité et de responsabilité sociale ?

Ils sont multiples et touchent aussi bien la durabilité que le bien-être des collaborateurs. Sur le plan écologique, nous avons introduit une multitude de petites actions qui misent bout à bout créent une spirale ascendante : nous avons installé des points de tri très variés avec la signature d'un engagement individuel pour toutes et tous, remplacé les capsules par du café en grains et accéléré la digitalisation pour limiter l'usage du papier. Pour le confort et la santé de nos équipes, nous avons installé des bureaux ergonomiques afin que chacun puisse choisir de

travailler assis ou debout. Nous investissons également dans la formation continue, afin de renforcer l'employabilité de nos collaborateurs et de ne jamais les enfermer dans une seule compétence. Je veux qu'ils restent chez Aprotec parce qu'ils s'y sentent bien, pas par défaut. Enfin, nous privilégions la production locale et circulaire : par exemple, nous évitons d'importer nos batteries de pays non-européens et continuons à fabriquer nos produits en Suisse. C'est un engagement fort en faveur de l'économie locale.

Vous êtes la troisième génération à la tête de l'entreprise familiale. Comment vivez-vous cet héritage et cette responsabilité ?

Au départ, c'était une charge conséquente qu'il a fallu apprendre à porter, mais comme j'aime les défis, j'ai eu plaisir à trouver les bons points d'appui. On me voyait avant tout comme « la fille de », et je devais faire mes preuves. Aujourd'hui, les choses ont évolué, les rôles ont progressivement glissé. Cette pression existe toujours, mais lorsqu'on est animé par la passion, qu'on a l'énergie, l'envie et qu'on sait bien s'entourer, cela devient une force. Une telle transition de vie demande évidemment des compétences, mais c'est surtout une question d'engagement et de conviction.

Dans un secteur encore majoritairement masculin, quel a été votre plus grand défi en tant que femme dirigeante ?

J'ai longtemps souffert du syndrome de l'imposteur. J'étais jeune, femme, et issue de la famille fondatrice, sans être ingénieure ni technicienne. Le plus difficile a été de faire reconnaître mes compétences. J'ai passé deux ans sur le terrain pour apprendre le métier, et aujourd'hui mon principal défi reste de continuer à apprendre. Je tiens à m'entourer de spécialistes en qui j'ai confiance et qui, en retour, croient en moi. Mon rôle est de bâtir une équipe solide et experte.

Quel message souhaitez-vous adresser aux jeunes femmes qui hésitent à se lancer dans l'entrepreneuriat ou à reprendre une entreprise familiale ?

Je leur dirais de ne pas avoir peur et d'oser se lancer. On apprend toujours plus de ses erreurs et c'est à partir de ces dernières que l'on peut trouver la bonne voie. Des obstacles existeront toujours, mais avec de l'humilité, de la passion, de l'énergie et un bon entourage, nous y arrivons. Il faut être curieux, s'intéresser aux choses, aller sur le terrain, comprendre son métier, et ne pas hésiter à enfiler une salopette ou un bleu de travail pour apprendre au contact des équipes. On ne dirige pas une entreprise en restant derrière un bureau : c'est en étant proche de la réalité qu'on gagne en légitimité et qu'on avance.

Plus d'informations sur
www.aprotec.ch



Kathy Locher • Brandreport

« Le leadership ne se décrète pas, il s'incarne »

Les femmes occupent aujourd'hui des rôles toujours plus stratégiques dans les organisations. Leur influence grandit, leurs responsabilités s'étendent, mais leur quotidien demeure souvent marqué par une légitimité fragile, une surcharge mentale persistante et des attentes parfois contradictoires. Entre Genève et le Portugal, Kathy Locher propose une autre manière d'aborder la direction : un leadership au féminin fondé sur la clarté, la présence et une posture intérieure suffisamment solide pour diriger sans s'épuiser.



Kathy Locher
Experte en leadership féminin
Coach professionnelle et mentor

Née à Zurich, ancrée en Suisse romande, passée par Paris avant de partager aujourd'hui sa vie entre Genève et l'Algarve, Kathy Locher a développé une manière d'aborder le leadership nourri de cultures, de langues et d'univers professionnels très différents. Cet ancrage pluriel façonne sa vision : pour elle, le leadership n'est pas un rôle que l'on joue, mais une structure intérieure que l'on construit, et que l'on incarne. « Le leadership ne se décrète pas, il s'incarne. » Une conviction qu'elle ne présente pas comme un slogan, mais comme une boussole. Elle observe depuis des années les enjeux spécifiques auxquels les femmes sont confrontées : être compétentes sans être trop affirmées, disponibles sans s'épuiser, inspirantes sans déranger l'équilibre établi. Des injonctions qui brouillent la posture et diluent la confiance. Son approche du leadership au féminin mêle donc rigueur, profondeur et une subtilité atypique qui lui est propre. Elle le dit d'ailleurs avec un sourire : « On peut diriger sérieusement sans devenir sérieuse. » Une phrase qui résume bien sa capacité à aborder des sujets exigeants sans jamais perdre le sens du réel, ni une légère touche d'humour parfaitement dosée. Pour elle, un leadership juste se reconnaît à quelques marqueurs essentiels : il ne force pas, il rayonne ; il ne prouve pas, il s'impose naturellement ; il ne surcharge pas, il s'aligne ; il ne demande pas la permission, il prend place.



Retrouver clarté, posture et légitimité

À Genève comme au Portugal, Kathy Locher accompagne des dirigeantes, des entrepreneurs et des femmes en transition dans des formats individuels et collectifs. Son programme Strategic Shift s'adresse à celles qui souhaitent consolider leur gouvernance personnelle après une prise de poste, une croissance d'entreprise ou une montée en responsabilités. Cet accompagnement sur-mesure travaille la posture, la présence et la stratégie, sans ajouter de complexité inutile. Elle le répète souvent :

« La clarté crée la puissance. » Une phrase simple, mais qui transforme profondément le quotidien de ses clientes lorsqu'elles l'intègrent réellement. En complément de l'individuel, Kathy Locher a créé Révélation Leadership, un mastermind structuré destiné à des femmes ambitieuses souhaitant affiner leur vision et renforcer leur gouvernance personnelle. L'expérience se prolonge lors d'une résidence immersive de trois jours en Algarve : un espace rare, loin de la pression opérationnelle, où l'on retrouve de la hauteur, du souffle et la capacité de décider avec cohérence.

Ne plus négocier sa légitimité, mais l'incarner

Les effets observés au fil des accompagnements sont significatifs : une posture qui s'affirme, une légitimité qui se stabilise, une énergie qui se renouvelle. Son approche, qui conjugue profondeur humaine et pragmatisme entrepreneurial, permet des avancées intérieures qui ont un impact direct sur la vie professionnelle. Certaines participantes évoquent même un changement plus fluide, comme si la clarté retrouvée permettait de trancher sans se perdre, d'avancer sans s'épuiser. Ces transformations dépassent la personne elle-même : elles influencent les équipes, redéfinissent les modes de collaboration et, dans certains cas, transforment la culture managériale de l'organisation. En apportant davantage de présence et de structure intérieure, les dirigeantes ouvrent la voie à des modèles où l'impact et l'humanité ne s'opposent plus. Dans un environnement professionnel toujours plus exigeant, l'approche de Kathy Locher rappelle une évidence essentielle : pour diriger durablement, il faut d'abord être ancré. Diriger ne signifie plus s'épuiser, mais se positionner avec justesse. Porter une vision, une présence, un cadre. Car « on ne négocie pas sa légitimité. On l'incarne. » Pour de nombreuses femmes, cette posture n'est pas une évolution : c'est désormais une nécessité.

Pour rejoindre la « Newsletter des Ambitieuses » et découvrir les accompagnements 2026





Être maman et entrepreneure : défis, clichés et réussites



Sandra Roy

Ambassadrice de l'association Mampreneures

Sandra Roy, pouvez-vous vous présenter et expliquer votre rôle chez Mampreneures ?

Je suis ambassadrice de l'association Mampreneures depuis onze mois et membre depuis trois ans. Mon rôle est de représenter l'association sur le terrain, de faire le lien entre les réalités vécues par les mères entrepreneures et les actions concrètes de l'association, et de contribuer à rendre ces parcours visibles dans un monde où ils sont encore trop souvent ignorés ou réduits à des clichés.

Pourquoi l'entrepreneuriat attire-t-il de plus en plus de femmes après la naissance d'un enfant ?

Il y a plusieurs raisons. L'entrepreneuriat n'est pas toujours un choix de confort. Il est souvent la réponse pragmatique à des contraintes

financières, d'organisation ou des solutions de garde insuffisantes. L'entrepreneuriat offre flexibilité et autonomie, mais il ne s'agit pas d'un choix facile : il demande un réel investissement personnel.

Peut-on parler d'équilibre entre vie professionnelle et vie de parent ?

Pour moi, parler d'équilibre, en étant mère et entrepreneure c'est un luxe. La réalité, c'est

que cela exige des réajustements constants, souvent inconfortables, qui demandent de prioriser et faire des choix difficiles.

Quelles idées reçues persistent autour des mamans entrepreneures ?

Le cliché le plus répandu est de penser que la mère entrepreneure travaille essentiellement à domicile et que c'est plus simple et moins exigeant, comme un hobby pour arrondir les fins de mois. Ce n'est pas vrai : de nombreuses femmes emploient plusieurs collaborateurs et gèrent plusieurs sites. L'entrepreneuriat des mères recouvre des réalités très diverses et ne se résume ni à un complément d'activité ni à un choix de facilité.

Comment Mampreneures définit-elle la réussite professionnelle pour les mères entrepreneures ?

La réussite ne se mesure pas à un seul indicateur financier. C'est un choix lié à la cohérence de vie. C'est aussi le parcours, les rencontres, l'épanouissement personnel et la réalisation de projets qui comptent. On peut être maman et entrepreneure, avoir des jours difficiles, et réussir quand même. L'association valorise chaque étape et chaque expérience.

Interview Océane Kasonia

Brandreport • Plusbaby

Fertilité : comment redonner confiance à celles et ceux qui entament ce parcours

Dans un monde où un couple sur six peine à concevoir, de plus en plus de futurs parents cherchent des solutions naturelles, transparentes et qui s'appuient sur les dernières recherches scientifiques. C'est exactement ce que propose Plusbaby : une marque née et conçue en Suisse, sans compromis sur la qualité et la rigueur scientifique.



Magali Russell

Fondatrice de Plusbaby

Des témoignages qui ont tout bouleversé

Magali Russell, fondatrice de Plusbaby, a passé plus de quinze ans dans la recherche et développement. Elle a dirigé une organisation de recherche préclinique qui menait des études scientifiques rigoureuses sur la sécurité et l'efficacité de nombreux produits. Sans qu'elle ne l'ait cherché, la vie a mis sur son chemin beaucoup de femmes et de couples qui lui ont ouvert leur cœur : leurs espoirs qui vacillent, les mois qui filent trop vite, les silences qui suivent un énième « non ». « Je ne travaillais pas dans leur domaine, et pourtant leurs mots me poursuivaient. J'en étais bouleversée », confie-t-elle. Habitée à décortiquer les listes d'ingrédients et écoeuvée de toutes ces cochonneries cachées, elle s'est dit qu'il était temps d'enlever tout ce qui n'avait rien à faire là : colorants, conservateurs, excipients inutiles. Et surtout, elle a choisi

pour chaque nutriment la forme que le corps utilise le mieux : pas la moins chère, pas la plus courante, mais celle qui est vraiment bien assimilée. De cette expérience est née une conviction simple, celle de proposer un soutien concret, bienveillant, scientifiquement validé et résolument naturel, sans aucun compromis sur la qualité.



Des formules conçues en collaboration avec des médecins spécialistes suisses

Dans un marché souvent opaque, la marque revendique une ligne claire : des produits 100% naturels, végans, sans colorants, additifs ni conservateurs. Ils ont été conçus, revus et formulés sous le contrôle de médecins spécialistes FMH en gynécologie-obstétrique disposant d'une longue expérience clinique auprès de couples en désir d'enfant, et élaborés en respectant strictement les recommandations de l'OFSP, de la Revue Médicale Suisse et de l'OMS.

Un soutien à chaque étape du projet bébé

Plusbaby a été pensée pour accompagner les différentes étapes du projet bébé, en s'appuyant sur les dernières recherches scientifiques : une formule dédiée aux femmes, une autre aux hommes, un booster commun pour le couple, et une vitamine prénatale ultra-douce dès le test de grossesse positif. Tout est 100% naturel, sans aucun additif, avec uniquement les formes que le corps absorbe vraiment (myo-inositol pur, ubiquinol, L-carnitine, folate actif Quatrefolic®, sélénium qui contribue à une spermatogenèse normale).

Un accompagnement tout au long du parcours

Livraison discrète directement à domicile, un blog riche de conseils concrets sur la fertilité et la conception, un e-book gratuit sur le cycle menstruel (téléchargeable sur la page d'accueil plusbaby.ch) et une présence quotidienne sur Instagram.

Plus qu'une marque, Plusbaby se veut une communauté. L'ambition est claire : rendre ce parcours, souvent si lourd, un peu plus léger et serein. Et parce qu'un rêve de famille mérite le plus tendre des soutiens, vous bénéficierez de -20% sur votre première commande avec le code **SWISSFOCUS20**, valable sur tout le site jusqu'au 31 mars 2026.

Plus d'informations sur plusbaby.chInstagram : [plusbaby_ch](https://www.instagram.com/plusbaby_ch)Bénéficiez de -20% sur votre première commande avec le code **SWISSFOCUS20**, valable sur tout le site jusqu'au 31 mars 2026.

Briser le plafond de verre : le parcours inspirant de Claudine Rigal

« C'est à nous, femmes leaders, de montrer l'exemple », indique Claudine Rigal, Vice-présidente Global Laboratory Operations pour Labcorp Central Laboratories. Si de nombreuses femmes décident d'entamer leur carrière dans le domaine scientifique, trop peu d'entre elles atteignent les postes à hautes responsabilités. Dans cette interview, Claudine Rigal explique quels peuvent être les leviers de changement.



Claudine Rigal

Vice-présidente, Global Laboratory Operations

Née en région parisienne, Claudine Rigal possède une formation de pharmacienne biologiste. Il y a sept ans, elle est embauchée au sein de Labcorp, une entreprise active dans le domaine de la recherche clinique, où elle commence par gérer trois laboratoires en Asie depuis Singapour. Aujourd'hui basée à Genève, elle est responsable de plusieurs laboratoires Labcorp en Suisse, en Asie et aux États-Unis.

Claudine Rigal, quelles sont les principales missions de Labcorp ?

Labcorp est une multinationale spécialisée dans le domaine du diagnostic. Il y a plusieurs années, la société a décidé de se développer en investissant dans des activités liées à la recherche clinique aboutissant à la mise sur le marché de nouveaux médicaments. Aujourd'hui, notre mission principale est de vérifier l'efficacité et la sûreté des nouveaux traitements. Les données sont ensuite compilées pour l'industrie pharmaceutique qui, avec les agences réglementaires, produit et met sur le marché de nouveaux traitements.

En quoi vos valeurs guident-elles vos actions ?

Il est important pour moi que mon travail ait un sens. J'ai toujours voulu faire de la recherche, et la biologie s'est avérée être une bonne porte d'entrée. Savoir que je contribue à la découverte d'un nouveau médicament ou d'une nouvelle thérapie me motive à me lever chaque matin.

Chez Labcorp, l'humain est au centre. Ce métier peut être difficile et stressant, c'est pourquoi nous essayons de faire attention aux uns et aux autres et nous attachons une grande importance à la cohésion d'équipe. J'apprécie également la dimension internationale de l'entreprise. Pouvoir interagir avec différentes parties du monde dans la même journée est passionnant.

Comment les stéréotypes de genre influencent-ils la perception des femmes leaders en science ?

Je remarque que le milieu dans lequel j'évolue est très féminin. Les stéréotypes de genre arrivent lorsqu'on atteint un certain niveau dans la hiérarchie d'une entreprise. Les femmes se heurtent au plafond de verre et souvent se posent elles-mêmes des limites dans ce qu'elles peuvent accomplir. Dans mon parcours, certains mentors m'ont poussée à accepter des postes à hautes responsabilités, car mon premier réflexe était de douter de mes capacités et d'avoir peur de ne pas trouver ma place. Au contraire, un homme aura plus tendance à dire oui tout de suite sans se poser ces questions.

À quelles difficultés les femmes doivent-elles particulièrement faire face ?

Les femmes ont une double peine, car pour la majorité d'entre elles, elles doivent concilier le travail et leur vie de famille. Beaucoup n'osent pas demander de l'aide, souvent par peur du regard des autres. Or, si elles souhaitent être disponibles et prêtes à occuper des postes de haut niveau, il faut qu'elles soient épaulées. Ensuite, je constate également que les femmes ont généralement moins de réseau que les hommes. Bien qu'elles puissent avoir des contacts dans le milieu scientifique, elles ont souvent moins accès aux personnes clés qui prennent les décisions dans les grandes entreprises.

Un scientifique est souvent concentré sur sa recherche et peut manquer de compétences relationnelles qui ne s'apprennent pas pendant les études, telles que le leadership. Lorsqu'il possède ces qualités, il s'agit souvent d'un homme. J'ai eu la chance de pouvoir faire un MBA, ce qui est assez rare dans mon milieu, qui m'a justement permis de m'ouvrir à ces compétences clés.

Qu'avez-vous mis en place au sein de Labcorp pour aider les femmes à développer leur carrière ?

Nous avons créé des groupes de paroles qui ont pour but de permettre aux collaboratrices d'échanger sur leurs difficultés et les problématiques qu'elles rencontrent. Je suis sponsor de ce groupe à Genève, de concert avec un collègue masculin. Il est en effet important d'ouvrir la discussion aux hommes pour qu'ils se rendent compte des obstacles auxquels leurs collègues femmes sont parfois confrontées.

Avez-vous observé des différences en matière de diversité dans les nombreux pays où vous avez travaillé ?

À Singapour, la proportion de femmes et d'hommes dans mon milieu est plutôt équilibrée, de même pour la Chine. Basée sur mon expérience, Le Japon semble être un pays encore très patriarcal ou il est plus difficile pour les femmes d'accéder à des postes à responsabilité dans les grandes entreprises.

Quels sont les avantages d'avoir une diversité de genres dans les postes de leadership ?

Plus on promeut la diversité, plus on a des points de vue différents. Cela s'avère être un avantage conséquent dans le domaine scientifique, un milieu où les échanges amènent à de nouvelles solutions. D'ailleurs, cela n'est pas uniquement permis par la diversité de genres, mais également d'âges et de nationalités, qui apportent une richesse incroyable dans une entreprise.

D'une manière générale, comment les femmes du secteur scientifique peuvent-elles utiliser leur influence pour promouvoir l'égalité des sexes ?

Il faut offrir des opportunités aux femmes, les aider à briser ce plafond de verre et leur donner confiance en elles. Il s'agit de les intégrer à un système bienveillant qui va les conforter dans leur approche. Les deux conseils que je peux donner aux femmes sont de ne pas avoir peur de se lancer et de demander de l'aide. Si l'on échoue, ce n'est pas grave. Il faut au moins essayer.

Comment voyez-vous l'évolution de la place des femmes dans le milieu scientifique ?

Je remarque que les nouvelles générations ont davantage confiance en elles. On assiste en effet à une prise de conscience des enjeux liés à la diversité. Le fait de mieux comprendre les obstacles permet de mieux y répondre. Si certaines barrières persisteront, il sera de plus en plus facile pour les jeunes femmes d'accéder à des postes de responsabilités. Je pense néanmoins qu'elles devront, en plus de leurs études scientifiques, s'assurer d'une formation en gestion d'entreprise.

Interview Léa Stocky

Plus d'informations sur www.labcorp.com



LYVA • Brandreport

L'ingénierie au féminin : le défi de la mixité



Sylvie Villa
Fondatrice

Arrivée à Genève mineure et sans papiers, Sylvie Villa a gravi tous les échelons de l'ingénierie et de l'enseignement pour devenir une figure emblématique des métiers techniques. Depuis plus de 20 ans, elle œuvre pour encourager et soutenir les femmes dans ce monde encore largement masculin. Rencontre avec cette femme au parcours hors du commun.

Sylvie Villa a toujours mêlé rigueur scientifique et engagement humain. Ingénieure et physicienne diplômée de l'EPFL, elle a fait partie de la première volée de diplômé-e-s en micro-électronique de l'école d'ingénieurs du soir de Lausanne et était la première jeune fille en formation d'électronicienne à l'École Technique et des Métiers de Genève (aujourd'hui Centre de Formation Professionnelle Technique), formant ensuite des générations d'ingénieur-e-s et promouvant l'intégration des femmes dans les métiers techniques via LYVA.

Parallèlement, elle cofonde, avec l'ingénieur Mark Michlbradt, Wire Art, un atelier où elle détourne des machines industrielles pour créer des œuvres en fils d'or pur au service de marques horlogères de prestige et pour leur propre collection Jurasäi. Cette démarche illustre parfaitement sa vision : allier technique, créativité, et innovation, tout en donnant l'exemple pour inspirer les femmes à oser entreprendre et s'engager dans ces secteurs.

Sylvie Villa, vous êtes à la tête de LYVA, votre initiative pour encourager les femmes dans les métiers techniques et scientifiques. Pouvez-vous nous expliquer ce qui vous a poussée à lancer ce projet ?

Très jeune, j'ai été confrontée aux récits de jeunes femmes blessées par leurs premières expériences professionnelles. Ces témoignages m'ont sensibilisée à l'importance de l'autonomie, de l'estime de soi et de la confiance chez

les femmes. Avec LYVA (elle y va), je voulais créer un environnement concret et durable pour aider les femmes à s'affirmer, à développer leurs compétences et à oser occuper les postes à responsabilité dans des domaines où elles sont encore sous-représentées.

Quelle différence de comportements observez-vous généralement chez les hommes et les femmes dans le monde professionnel ?

Dans les mécanismes relationnels, les hommes ont assez souvent une approche de domination et de pouvoir, alors que les femmes visent davantage à assurer le bien-être collectif et la durabilité. Il faut comprendre ces dynamiques pour améliorer la collaboration et sortir d'une différence hiérarchique entre les sexes.

Quels sont les défis spécifiques que vous observez pour les femmes dans les métiers techniques ?

J'aurais tellement voulu faire évoluer la situation et j'ai parfois le sentiment qu'après 25 ans, peu de choses se sont réellement améliorées.

Beaucoup de femmes ont encore le réflexe d'endosser des comportements masculins, considérés comme « adéquats ». Les autres souffrent d'être moins prises au sérieux, moins promues, moins rémunérées.

Du côté des hommes, ils sont persuadés de ne pas freiner les femmes mais de ne pas en trouver qui ont les « bonnes compétences ». Forcément si ces compétences c'est être un homme !

C'est un biais culturel profondément enraciné, et la prise de conscience est lente. L'effort doit être mixte et générationnel.

Que proposez-vous pour faire évoluer les mentalités ?

L'action concrète est essentielle. Je permets à des jeunes filles de 12-15 ans de rencontrer des femmes qui font carrière dans la tech pour leur montrer que c'est possible, qu'on peut évoluer dans ces univers, y trouver sa place. Mais pourquoi les y encourager si c'est pour ensuite constater que la majorité d'entre elles quittent leur carrière, en particulier avec l'arrivée des maternités ? Heureusement d'autres pays sont

largement en avance et inspirants. Alors je propose des voyages à l'étranger pour rencontrer des entreprises et des leaders féminines qui ont un effet stimulant : après ces expériences, les participantes reviennent motivées pour changer les pratiques dans leur environnement.

Quelles initiatives fonctionnent particulièrement bien ?

Les programmes de mentorat interne sont très efficaces. Une femme coachée par une personne plus expérimentée gagne en confiance et ose prendre la parole sur les difficultés rencontrées. Il est important de construire des relations de soutien mutuel, parmi les femmes et les hommes, en écoutant les perspectives différentes et en dialoguant avec courage, empathie et humilité.



La liberté, l'autonomie et la mixité sont des leviers essentiels pour construire un futur équilibré et durable.

– Sylvie Villa,
Fondatrice

Et pour les jeunes femmes qui hésitent encore à se lancer dans ces métiers ?

Je veux les encourager à croire en elles et à oser prendre des risques. Il ne s'agit pas seulement de renforcer leurs compétences, mais aussi leur autonomie et leur liberté. Nous sommes dans une société technologique. Je souhaite de tout cœur que suffisamment de femmes deviennent des expertes techniques et scientifiques légitimes pour contribuer aux réflexions et orientations à prendre. Chaque jeune fille doit pouvoir se projeter dans des métiers où elle est aujourd'hui sous-représentée. Rencontrer des modèles inspirants à tous les niveaux de responsabilité est fondamental.



Quel message souhaitez-vous transmettre à la Suisse et à ses entreprises ?

Je souhaite que notre pays conserve sa force intérieure malgré les difficultés actuelles. Il est crucial que davantage de femmes s'engagent dans les métiers techniques et scientifiques. Ce n'est pas seulement un enjeu d'égalité : il s'agit de renforcer la capacité de la Suisse à anticiper et à gérer les risques de dépendance et de domination, à long terme.

Un dernier mot ?

Laissez-moi emmener une équipe mixte de votre entreprise dans un contexte culturel différent, elle reviendra forte de propositions constructives. Ensemble, femmes et hommes, nous pouvons transformer notre environnement professionnel. Les efforts sont collectifs et progressifs, mais chaque action, chaque rencontre, chaque mentorat a un impact durable. La liberté, l'autonomie et la mixité sont des leviers essentiels pour construire un futur équilibré et durable.

Interview Océane Kasonia

Plus d'informations sur : lyva.ch



LYVA
CRÉATION DE NOUVEAUX
MODÈLES DE TRAVAIL

Nathalie Lesselin

Apprendre les langues avec le cœur : la révolution Kokoro

À la tête de Kokoro Lingua, un programme d'apprentissage des langues fondé sur l'émotion et le pair-à-pair, Nathalie Lesselin déploie sa vision dans plus de 20 pays. Ancienne cadre internationale, elle a surmonté une grave chute pour suivre une nouvelle mission : ouvrir le monde aux enfants. Entre défis de femme fondatrice, empowerment et ambition éducative, elle raconte son parcours inspirant.

Interview Océane Kasonia Image mād

Nathalie Lesselin, d'où vient votre passion pour les langues ?

De Bretagne ! (rires) À 16 ans, je découvre Kokoro, ou le pauvre cœur des hommes, le roman de Natsume Sôseki. C'est un choc littéraire. Je me dis que, un jour, j'irai au Japon. À 22 ans, je fais ma valise et j'y pars vraiment. J'y passe cinq années incroyables : j'apprends la langue intensivement, je travaille chez LVMH. Ce pays m'a forgée. Il a contribué à façonner ma vision du monde, de la rigueur, du respect et du lien aux émotions.



Ma chute a été une bascule. J'ai décidé de consacrer ma deuxième vie aux enfants.

Comment avez-vous été menée vers l'entrepreneuriat ?

Un accident. Une chute très lourde, un traumatisme crânien, huit mois de convalescence... Quand la vie vous arrête brutalement, elle vous demande aussi de choisir. J'ai compris que je voulais consacrer cette « deuxième vie » aux enfants. À leur potentiel, à leur confiance, à leur rapport au monde. L'idée de Kokoro Lingua est née là.

Comment se construit Kokoro Lingua ?

Avec une équipe passionnante : neuroscientifiques, linguistes, experts en pédagogie, en mindfulness, en intelligences multiples... Pendant 18 mois, nous avons co-construit une méthode simple : des enfants réels, authentiques qui enseignent à d'autres enfants en activant l'émotion, l'identification, la curiosité et tout cela sans sur-stimulation ni artifices. C'est la force du pair-à-pair : l'enfant apprend parce qu'il a envie, parce qu'il s'identifie, parce qu'il ressent.

Quel est votre regard sur l'arrivée massive de l'IA dans l'éducation ?

L'IA peut décupler les possibilités pédagogiques, personnaliser, fluidifier. Mais elle peut aussi éloigner les enfants du réel. Aux États-Unis, on observe déjà des dérives : un enfant de douze ans qui développe une dépendance à une IA conversationnelle peut être mis en danger de mort. Or, un enfant a besoin d'émotion, d'authenticité, d'autres enfants, d'humain. C'est pour cela que Kokoro Lingua garde le réel au centre : l'IA est un outil, pas un substitut.

Vous évoquez parfois les difficultés rencontrées en tant que femme entrepreneure. Quelles ont été les plus marquantes ?

Le quotidien. En Suisse, être femme, senior et solo founder est un triple biais. Lors d'événements, on me demande souvent : « Avec qui travaillez-vous ? » Comme si je ne pouvais pas être la fondatrice. Si je suis accompagnée d'un collègue homme, les questions se tournent vers lui.

Et lors de levées de fonds, j'ai fait une expérience très simple : Lorsque je me présentais seule, personne ne me prenait vraiment au sérieux alors que quand j'étais accompagnée d'un homme, tout devenait soudain crédible. À un moment, j'ai dit : « Stop ». Je ne construirai pas ma réussite à travers un homme-paravent.



Si nous voulons innover, il faut financer les femmes. Point.

Comment avez-vous financé le lancement de votre entreprise ?

J'ai autofinancé les premières années. Cela a été plus long, plus exigeant, mais beaucoup plus sain. Ensuite, j'ai eu la chance d'être soutenue par trois investisseuses suisses, je les appelle les « marraines de Kokoro ». Leur confiance a transformé mon parcours.

Que faudrait-il changer pour soutenir réellement l'entrepreneuriat féminin ?

Trois choses essentielles. La première c'est agir dès l'enfance. À sept ans déjà, les filles se sous-estiment. Il faut renforcer la confiance, la créativité, l'accès aux sciences.



Kokoro Lingua est présent dans plus de 20 pays. Et pourtant, mon plus grand défi reste la Suisse.

La seconde est faciliter l'accès au financement. Aujourd'hui encore, une majorité écrasante des fonds va à des projets masculins. C'est un non-sens économique. Les femmes entreprennent plus durablement.

La troisième chose à améliorer est de donner de la visibilité. Plus on montre de modèles, plus d'autres femmes osent franchir le pas. Et oui, je crois aux quotas temporaires. Quand un programme d'innovation finance 95 % de projets masculins, il faut rééquilibrer. Sans diversité, il n'y a pas d'innovation.

Quel rôle a joué le Cartier Women's Initiative dans votre parcours ?

Un rôle énorme. J'y ai rencontré des femmes entrepreneures du monde entier, certaines dans des contextes mille fois plus difficiles que le mien. Cela m'a redonné confiance, m'a rendue plus ambitieuse, m'a autorisée à voir grand. Après ce programme, j'ai osé contacter des ministères, des institutions... des choses que je n'aurais jamais tentées avant.



Mon rêve ? Toucher des millions d'enfants.

Kokoro Lingua est déployé internationalement. Quel marché vous reste le plus difficile ?

La Suisse ! (sourire) Dans mon propre pays, les enfants ne parlent pas la langue de leurs voisins. L'allemand, le français ou l'italien sont trop souvent vécus comme une contrainte. Je rêve que Kokoro contribue à faciliter les langues nationales dans les écoles suisses, pour que ce soit un plaisir et non une obligation.

Quelle est votre ambition pour les prochaines années ?

Toucher des millions d'enfants. Réellement. Leur donner confiance, éveiller leur curiosité, ouvrir leur regard sur le monde. Je veux qu'ils puissent dire : « Je suis capable. J'ai un potentiel immense. »

Quelles femmes vous inspirent le plus ?

Les femmes du quotidien. Celles qui se battent dans leur entreprise, leur famille, leur communauté. Je pense à une députée japonaise que j'ai rencontrée, évoluant dans un univers politique entièrement masculin. Les grandes figures inspirent, oui, mais l'héroïsme discret m'inspire davantage.

Comment restez-vous alignée ?

En me reconnectant à la nature. Et à l'enfance. Les enfants m'apprennent l'émerveillement, la simplicité, la vérité. Ils me ramènent à l'essentiel.

Quelle est la plus grande leçon que l'entrepreneuriat vous ait apprise ?

La résilience. Kokoro Lingua a failli disparaître trois fois. Ce qui m'a tenue, c'est mon « pourquoi ». Quand on est alignée avec sa mission, on trouve toujours la force de continuer. Même quand tout s'écroule.

Kokoro signifie « cœur » en japonais.

La diversité est un avantage stratégique, pas un supplément optionnel

La santé des femmes est un baromètre social de l'égalité et de l'accès au savoir médical. Alors que les progrès scientifiques s'accroissent, la question de savoir qui en bénéficie reste souvent une décision politique et culturelle. Un échange sur le courage, la prévention et pourquoi l'inclusion véritable n'est pas seulement une valeur d'entreprise, mais une attitude qui change des vies.

Madame Docteure Arnet, vous avez commencé au chevet des patients et travaillez aujourd'hui dans une fonction de direction connectée au niveau mondial. Quelles étapes vous ont le plus marquée ?

J'ai appris à l'hôpital combien l'empathie est essentielle et à quel point la prévention peut être décisive. Plus tard, j'ai occupé des fonctions locales dans l'industrie et j'ai pu observer de près le système de santé suisse. Le passage à des rôles régionaux et mondiaux a encore élargi mon regard. J'ai découvert différentes cultures et systèmes de prise en charge et compris comment mettre en œuvre, de façon pertinente, des stratégies complexes au niveau local. Cette combinaison de pratique clinique, de vision internationale et de compréhension locale façonne mon travail jusqu'à aujourd'hui. Chez MSD Suisse, mon objectif est d'adapter les stratégies mondiales et les avancées scientifiques afin qu'elles se traduisent concrètement ici, dans la prise en charge des patientes et des patients, et permettent des améliorations.

Vous dirigez dans un secteur où les femmes aux plus hauts niveaux sont encore rares. Comment MSD favorise-t-il les carrières féminines ?

En considérant la diversité et l'inclusion comme une posture de base. Environ la moitié de nos cadres sont des femmes. Cela est possible parce que nous créons des conditions-cadres qui rendent le développement réel. Nous avons un fort réseau de femmes, proposons des formations «Advance» et travaillons avec des programmes de mentorat ciblés. Mais ce sont les structures qui sont décisives : modèles de travail flexibles, congé parental neutre du point de vue du genre de seize semaines et une culture où la diversité est appréciée et encouragée. Les familles doivent avoir une véritable liberté de choix et les parcours de carrière ne doivent pas être dictés par des rôles traditionnels.

Pourquoi une équipe de direction diverse est-elle particulièrement importante en santé ?

Parce que des perspectives différentes conduisent à de meilleures décisions. Nous travaillons à des solutions pour des défis sanitaires complexes. Cela nécessite des façons de penser variées, des origines culturelles et des expériences multiples. Même si, pour des raisons de conformité, nous n'avons pas de contact direct avec les patientes et les patients, nous devons comprendre leur réalité. Une équipe de direction diverse est centrale pour cela. Et chez MSD, cette attitude est portée par la direction au plus haut niveau. La diversité est un avantage stratégique, pas un supplément optionnel.

De nombreuses femmes chez MSD travaillent dans des domaines longtemps considérés comme des bastions masculins. Que faut-il pour qu'elles y soient visibles et réussissent ?

Il faut d'abord du courage et la volonté de saisir les opportunités. Sans cette force intérieure, chaque trajectoire reste fragile. Ensuite, il faut des conditions de travail flexibles qui tiennent compte des obligations familiales et ne lient pas les carrières aux phases de vie. Et il faut des mentores et des mentors qui orientent et ouvrent des portes. Ma mère m'a montré comment concilier famille et ambition professionnelle. Elle m'a appris l'indépendance. Cette attitude m'accompagne encore aujourd'hui. Chez MSD, nous encourageons précisément cette culture où comptent le talent, l'engagement et le courage, et non le genre.

MSD mise fortement sur la santé des femmes et la prévention. Qu'est-ce que cela signifie au quotidien pour l'entreprise ?

Nous prenons la prévention très au sérieux et proposons des actions concrètes. Cela inclut des dépistages du cancer du sein, des vaccinations contre la grippe et contre le HPV pour nos collaboratrices et collaborateurs. Il s'agit de sensibiliser et de montrer que la prévention et le dépistage précoce sauvent des vies. De tels programmes renforcent non seulement la santé des équipes, mais instaurent un climat où la prévention va de soi et n'est pas quelque chose que l'on remet à plus tard.

Vous parlez souvent de prévention et de littératie en santé. Qu'est-ce qui vous motive personnellement ?

Ce qui me motive, c'est la conviction que la prévention sauve des vies, une conviction issue à la fois de ma formation de médecin et de mon vécu. Un diagnostic précoce de cancer de la peau m'a sauvé la vie et a durablement influencé ma vision de la santé. C'est aussi



Diana Arnet - Médecin et directrice médicale MSD Suisse

« Nous considérons la diversité et l'inclusion comme une posture de base. Environ la moitié de nos cadres sont des femmes. »

– Diana Arnet, médecin et directrice médicale MSD Suisse

la raison pour laquelle je m'engage chez MSD et au-delà. Nous soutenons des initiatives comme Pink Cube pour la prévention du cancer du sein ainsi que le « Luftibus », qui propose des tests de fonction pulmonaire gratuits afin de détecter précocement et de prévenir les maladies respiratoires. En Suisse, je vois le plus grand besoin d'action dans le renforcement de la littératie en santé et dans la mise en œuvre cohérente des mesures de prévention. La digitalisation peut y jouer un rôle important.

Pink Cube s'est transformé en peu de temps en initiative nationale. Qu'est-ce qui rend cette approche si efficace ?

Pink Cube réunit organisations de patients, spécialistes de santé, monde politique et entreprises. Le conteneur n'offre pas seulement des informations, mais des services concrets comme des consultations et des examens gratuits, transformant ainsi le savoir en action immédiate. Les personnes y apprennent à reconnaître à quoi ressemble un nodule au toucher

et à pratiquer l'auto-palpation du sein. En 2025, près de six cents contrôles ont été effectués, plus de trente résultats suspects détectés et d'innombrables échanges menés. Cela montre l'ampleur du besoin. Parallèlement, Pink Cube a un impact politique : plusieurs cantons dépourvus de programme de dépistage ont entrepris des démarches concrètes vers un dépistage organisé par mammographie.

La prévention est séduisante en théorie, mais souvent difficile au quotidien. Comment MSD parvient-il à l'ancrer en pratique ?

En faisant de la prévention une part de notre identité. Nous proposons des campagnes de vaccination régulières, des journées de bien-être et des outils numériques facilitant le quotidien santé. Nos cadres parlent ouvertement de prévention et rendent visibles les succès. Cela crée un environnement où la promotion de la santé n'est pas imposée d'en haut, mais vécue par les membres du personnel.

« Avancez avec courage, clarté et confiance en vous. Ne vous laissez pas définir par les attentes des autres. »

– Diana Arnet, médecin et directrice médicale MSD Suisse

Quel conseil donneriez-vous aux jeunes femmes qui souhaitent tracer leur voie dans la santé ?

Avancez avec courage, clarté et confiance en vous. Ne vous laissez pas définir par les attentes des autres. Saisissez les opportunités et restez indépendantes dans vos décisions. Et prenez soin de votre santé. La réussite exige de l'énergie et un équilibre intérieur. D'expérience, je sais qu'avec de la confiance en soi et le bon soutien, des voies s'ouvrent, même quand les défis paraissent immenses.

MSD Suisse – Innovation pour la santé

MSD Merck Sharp & Dohme compte parmi les entreprises biopharmaceutiques leaders au niveau mondial et est fortement implantée en Suisse. Plus de 1000 collaborateurs travaillent sur quatre sites à Lucerne et dans un centre mondial d'innovation à l'aéroport de Zurich. MSD fait avancer les progrès en oncologie, maladies infectieuses et maladies cardiovasculaires, et propose un large portefeuille de vaccins pour tous les âges.

À Schachen, MSD produit des médicaments pour des essais cliniques mondiaux et exploite l'un des rares laboratoires forensiques au monde. Chaque année, MSD mène environ 50 essais cliniques en Suisse, pour de meilleurs traitements et davantage de qualité de vie.

La durabilité et l'engagement sociétal nous tiennent à cœur : MSD Suisse utilise 100% d'électricité renouvelable, soutient des initiatives locales de santé comme les Journées de la Santé Luzern et a été distinguée Top Employer Suisse treize fois de suite.

Plus d'informations sur : msd.ch



Phobie scolaire : derrière l'angoisse, une souffrance souvent invisible

Derrière le terme de phobie scolaire se cache une réalité complexe, souvent invisible et profondément déstabilisante pour les enfants comme pour leurs familles. Eve-Marie Klima, fondatrice et directrice de l'École Germaine de Staël et présidente de l'Association vaudoise des écoles privées, apporte un éclairage de terrain sur ce phénomène en forte progression.



Eve-Marie Klima

Fondatrice et directrice
de l'École Germaine de Staël
Présidente de l'Association Vaudoise
des Écoles Privées (AVDEP)

Eve-Marie Klima, la phobie scolaire est encore mal comprise du grand public. Comment la définiriez-vous aujourd'hui ?

La phobie scolaire concerne un enfant qui ne parvient plus à aller à l'école. Elle peut se traduire par une présence très partielle (quelques heures ou quelques jours par semaine) ou par une impossibilité totale de s'y rendre. Très souvent, lorsque l'enfant commence à ne plus pouvoir aller régulièrement, l'absence d'une prise en charge de fond conduit à une phobie scolaire complète. Il s'agit d'une situation grave, car elle ne se résout pas rapidement. Lorsqu'elle s'installe sur plusieurs semaines, surtout pendant l'enfance, elle peut vite devenir difficile à inverser. La phobie scolaire affecte profondément le rapport de l'enfant aux apprentissages et aux autres : il peine à voir ses camarades, ses enseignants, à entrer dans l'établissement, voire même à s'en approcher. Cette peur de l'école correspond avant tout à un blocage face au fait d'être en classe. En revanche, ces enfants ne sont pas incapables d'apprendre. Au début du trouble, lorsqu'ils sont à la maison, ils peuvent encore le faire si on le leur propose. Ce n'est que lorsque la phobie est très ancrée que l'état psychologique de l'enfant se détériore davantage.

Quelles sont les principales causes identifiées de la phobie scolaire ?

De manière générale, j'en distingue deux. La phobie scolaire n'est pas d'origine familiale. Elle est le plus souvent liée au climat scolaire ou aux conditions pédagogiques. Sur le plan relationnel, certains environnements peuvent être vécus comme violents, notamment par les enfants très sensibles, qui représentent environ un quart de la population. L'ambiance de classe, les relations entre élèves, le manque de cadre bienveillant ou de reconnaissance peuvent rapidement les fragiliser. Sur le plan pédagogique, certaines pratiques peuvent également favoriser l'apparition d'une phobie scolaire comme le manque d'écoute, une rigidité excessive ou l'absence de prise en compte des besoins spécifiques. On observe ainsi des situations où tout se passe bien avec un enseignant, puis devient très difficile avec un autre. Cela concerne notamment les enfants à haut potentiel ou présentant des troubles comme la dyslexie. Le haut potentiel n'est pas une difficulté en soi, mais ces enfants ont souvent besoin de méthodes et de rythmes adaptés. Certains s'y ajustent malgré tout, d'autres beaucoup moins. Lorsqu'un enfant ne parvient plus à trouver sa place dans un cadre qui ne respecte pas ses besoins, le trouble peut s'installer progressivement.

Le contexte familial ne joue donc aucun rôle ?

Non. Des parents très exigeants sur les résultats peuvent générer du stress, une suradaptation, un rejet des apprentissages ou des conflits familiaux, mais pas une phobie scolaire. J'en suis convaincue.

Comment repère-t-on les premiers signes chez un élève ?

Les premiers signes sont souvent somatiques : maux de ventre, parfois maux de tête, principalement le matin. Ces symptômes deviennent progressivement quotidiens. L'enfant dort mal, se sent angoissé, et

les parents sont appelés de manière répétée parce qu'il ne va pas bien en classe. Le mal de ventre reste le symptôme le plus fréquent. Il peut également s'accompagner de manifestations psychosomatiques, comme des maladies à répétition. Les parents perçoivent également une tristesse inhabituelle, une perte d'envie ou encore des questionnements sur l'école. L'enfant dit qu'il n'y arrive plus, qu'il a peur, sans toujours pouvoir expliquer pourquoi. Il ne s'agit pas d'une simple réticence à aller en cours. Contrairement aux enfants qui n'aiment pas l'école mais participent volontiers aux activités extrascolaires, ceux qui développent une phobie scolaire perdent souvent aussi l'envie de faire d'autres choses. On observe alors un état proche d'une forme dépressive, associé à une grande fatigue et à des symptômes récurrents.

Existe-t-il un profil type des jeunes touchés par la phobie scolaire et à quel moment surviennent ces troubles de façon générale ?

Il s'agit majoritairement d'enfants très sensibles. On estime qu'environ 25 % de la population est hypersensible. On retrouve également des facteurs de risque comme le haut potentiel ou certains troubles du spectre de l'autisme dits « légers ». Ces enfants sont particulièrement sensibles à leur environnement, aux méthodes d'apprentissage, aux évaluations et à la pression scolaire. Les enfants présentant un TSA léger, par exemple, ont besoin d'un cadre stable et prévisible. Les changements fréquents ou l'instabilité pédagogique peuvent fortement favoriser l'apparition d'une phobie scolaire. Dans un environnement scolaire adapté, un enfant ne développera pas de phobie scolaire. Ce qui est certain, en revanche, c'est que ce trouble apparaît aujourd'hui de plus en plus tôt. Alors qu'il concernait auparavant surtout les adolescents, on observe désormais des situations dès l'âge de huit ou neuf ans.

Quelles approches éducatives se révèlent les plus prometteuses pour aider un(e) jeune à retrouver de la confiance ?

La première étape consiste à comprendre ce qui a déclenché la situation : difficultés relationnelles, pression scolaire ou stress des examens. Lorsque la difficulté est relationnelle, un changement d'établissement peut être envisagé, mais il doit s'accompagner d'un travail de fond souvent avec l'appui de professionnels comme des psychologues. Lorsqu'elle est d'ordre pédagogique, il s'agit avant tout de réduire la pression et d'adapter les méthodes. Plus la phobie est prise en charge tôt, plus les chances de rétablissement sont importantes.

Comment les familles peuvent-elles intervenir sans culpabilité dans ces situations ?

Les familles jouent un rôle fondamental. Les parents se sentent souvent coupables et démunis. Il est essentiel de les rassurer, car leur stress alimente celui de l'enfant, créant un cercle vicieux qui peut fragiliser l'équilibre familial. Les parents doivent écouter leur enfant, tout en l'aidant à développer des ressources pour faire face aux difficultés. Ils doivent également s'entourer de professionnels et dialoguer avec l'école de manière honnête. Reconnaître la souffrance de l'enfant constitue une étape déterminante.

Un dépistage précoce facilite-t-il la prise en charge ?

Oui, absolument. Il ne faut pas attendre le stade où l'enfant ne parvient plus à sortir de sa chambre. Plus on intervient tôt, plus la situation est simple à déconstruire.

Interview Marc-Antoine Guet

Brandreport • Ecole Germaine de Staël

En Suisse romande, une école pensée pour les profils à haut potentiel

Depuis 2009, l'École Germaine de Staël développe en Suisse une pédagogie spécifique destinée aux enfants et adolescents à haut potentiel et hautement sensibles. À Étoy, dans le canton de Vaud, l'établissement propose un cursus complet, fondé sur la créativité et une compréhension fine des profils qu'il accompagne.

Depuis plus de 15 ans, l'École Germaine de Staël (EGDS) accueille des élèves dont le haut potentiel intellectuel (ou des caractéristiques proches) a été mis en évidence. Fondée par Eve-Marie Klima, spécialiste des profils à haut potentiel, l'école a été pionnière en Suisse et en Europe dans le développement d'une pédagogie spécifiquement pensée pour ces jeunes, souvent en décalage avec les cadres scolaires traditionnels. Implantée à Étoy, l'EGDS offre un environnement permettant aux enfants et adolescents à HPI ou hautement sensibles d'évoluer à leur rythme, généralement rapide, tout en valorisant leur singularité. L'enjeu est double : permettre la réussite académique, tout en favorisant l'épanouissement personnel et une croissance harmonieuse.

Une scolarité complète, du primaire à la maturité

L'école propose un parcours scolaire complet, du cycle primaire jusqu'à la fin du secondaire II, avec la préparation de la Maturité suisse. Deux orientations spécifiques sont proposées à ce stade : biochimie ou arts visuels. Pour les élèves de plus de 15 ans, une classe post-obligatoire (CEASA) axée sur la créativité, l'art et l'environnement

permet d'obtenir un certificat au terme d'un cycle de deux à trois années. Le socle pédagogique repose sur le Plan d'Études Romand, enrichi par des apports issus d'autres programmes européens. La fin de la scolarité obligatoire, elle, est validée par un certificat de fin d'études secondaires (AVDEP), tandis qu'un certificat spécifique est délivré pour le parcours CEASA, ouvrant l'accès à certaines écoles supérieures. À l'EGDS, la pédagogie part d'un constat central : lorsqu'un enfant possède un haut potentiel, il a besoin de comprendre son propre fonctionnement pour transformer ses forces en leviers et apprivoiser ses fragilités. L'école s'appuie sur la conviction que ces élèves peuvent accéder, dès les premiers apprentissages, à des niveaux de compréhension riches et complexes. Il n'existe donc pas de limite prédéfinie dans les contenus proposés. « L'ennui et la démotivation n'ont ici pas leur place. Notre travail repose sur l'innovation pédagogique et sur la valorisation de la créativité des jeunes, aussi bien dans leurs apprentissages que dans les projets qu'ils mènent », souligne Eve-Marie Klima, directrice et fondatrice de l'école, mais également Présidente de l'Association Vaudoise des Écoles Privées (AVDEP). Les disciplines traditionnelles sont complétées par un enseignement

linguistique renforcé (trois langues nationales suisses dès la première année primaire, ainsi que l'anglais) mais aussi par les grands champs scientifiques, les disciplines artistiques et l'écologie, intégrée comme axe structurant.

Une équipe experte et attentive

L'accompagnement repose sur une équipe de plus de 20 professeurs, formés et experts dans leurs domaines, qui encadrent les élèves aussi bien pendant les cours que lors des ateliers extrascolaires organisés l'après-midi. Leur connaissance approfondie des profils à haut potentiel et hautement sensibles, alliée à une approche rigoureuse et bienveillante, leur permet d'ajuster en permanence les pratiques pédagogiques aux besoins de chaque enfant. Cette attention individualisée vise un double objectif : la réussite scolaire et l'épanouissement personnel, dans un cadre respectueux des singularités. L'École Germaine de Staël - Innovation - Learning - Education est une marque déposée, qui incarne depuis 2009 une approche éducative construite pour et avec des jeunes dont le potentiel mérite d'être reconnu et accompagné.

Texte Marc-Antoine Guet

Ecole Germaine de Staël

Rte Suisse 8A
1163 Etoy

+41 21 808 00 58
contact@ecoledestael.ch
www.ecoledestael.ch



Un regard sur le SPM et les pistes pour mieux y faire face

Ce sont souvent symptômes qui bousculent le quotidien des femmes : une tension soudaine dans la poitrine, une irritabilité qui semble surgir de nulle part ou une fatigue qui rend le quotidien plus lourd. De nombreuses femmes vivent ces changements mois après mois et beaucoup ne les relient qu'au syndrome prémenstruel, ou SPM. Un syndrome qui concerne une grande partie de la population féminine. Et malgré cela, le SPM reste souvent un sujet qui reste tabou et dont on parle peu.

Le SPM désigne un ensemble de symptômes physiques et émotionnels qui apparaissent généralement une à deux semaines avant les règles et disparaissent le plus souvent avec le début des menstruations. Il peut s'agir de variations de l'humeur, d'irritabilité, de tension intérieure, de maux de tête, de sensibilité mammaire, de problèmes cutanés ou encore de fatigue chronique. L'éventail des symptômes possibles est large et c'est précisément ce qui rend le SPM difficile à identifier.

Pourquoi parler du SPM est important

Bien que le SPM soit très répandu, de nombreuses femmes constatent que leurs symptômes ne sont pas pris au sérieux ou sont relégués au rang de simples « sauts d'humeur ». Pourtant, son impact sur le bien-être peut-être considérable et très impactant. Une meilleure information permet non seulement de comprendre les symptômes, mais aussi de les reconnaître et de les situer à temps.

La sensibilisation apporte également de la visibilité : elle contribue à lever le tabou autour du cycle menstruel et des troubles prémenstruels, et encourage les femmes à parler ouvertement de leurs expériences que ce soit dans la sphère privée, au travail ou lors de consultations médicales. Plus le SPM est compris, plus il devient facile d'y faire face de manière utile et apaisante.

La connaissance du cycle comme clé

L'un des principaux défis dans la gestion du SPM est d'identifier le lien entre les symptômes et les jours précédant les règles. L'un des moyens les plus efficaces consiste donc à documenter son cycle et ses symptômes, par exemple à l'aide d'une application ou d'un calendrier du SPM. Cela permet de faire apparaître des schémas qui semblaient auparavant diffus ou totalement aléatoires.

Cette connaissance ouvre un champ d'action : en connaissant son cycle, il devient possible de planifier différemment ses rendez-vous, de s'accorder plus consciemment des pauses ou d'intégrer à temps des mesures de soutien. Des facteurs liés au mode de vie, tels que l'activité physique, l'alimentation, l'hygiène du sommeil ou les techniques de relaxation, peuvent également jouer un rôle important.



Ceci est un médicament autorisé. Lisez la notice d'emballage. Max Zeller Söhne AG, 8590 Romanshorn, www.zellerag.ch



Plus le SPM est compris, plus il devient facile d'y faire face de manière utile et apaisante.

Un soutien végétal avec le gattilier

Outre les mesures générales, il existe également des traitements médicamenteux visant à soulager les symptômes du SPM. Une approche phytothérapeutique est ainsi proposée par des préparations à base d'extraits de gattilier. En Suisse, celui-ci est par exemple contenu dans le médicament autorisé « prefemine® ». Ce produit est utilisé pour traiter les troubles du syndrome prémenstruel qui apparaissent dans les semaines précédant les règles et s'atténuent avec le début des menstruations. Il s'agit aussi bien de symptômes physiques, tels que la sensibilité mammaire, les maux de tête, les douleurs abdominales ou les problèmes cutanés, que de troubles psychiques comme l'irritabilité, la tension nerveuse ou les états dépressifs.

Traditionnellement, le gattilier est également utilisé en cas de troubles du cycle, par exemple lors de règles trop fréquentes ou trop espacées. Le médicament peut aussi être pris par des femmes utilisant une contraception hormonale et souffrant malgré tout de symptômes de SPM.

Plus de compréhension, moins de contraintes

De nombreuses femmes ressentent un réel soulagement lorsqu'elles comprennent mieux leurs symptômes de SPM et trouvent un soutien adapté par exemple grâce à des ajustements du mode de vie, à l'observation de leur cycle ou à l'utilisation d'une préparation à base de plantes. En cas de symptômes persistants ou particulièrement contraignants, il est recommandé de demander conseil à un médecin ou à un pharmacien et d'impliquer un professionnel de santé dans la décision thérapeutique.

Le SPM touche de nombreuses femmes et mérite l'attention qu'il requiert. Identifier et documenter ses symptômes permet d'y faire face de manière ciblée et de déterminer plus facilement les formes de soutien appropriées. Ainsi, ce qui était au départ une gêne difficile à cerner devient un sujet gérable grâce à l'information et à des mesures adaptées. Les jours avant les règles ne doivent pas simplement être subis : ils peuvent être compris et ainsi sensiblement allégés.

Plus d'informations sur www.zellerag.ch



zeller

Hôpital de La Tour • Brandreport

Prévention au féminin : une santé qui évolue à chaque âge

La santé des femmes n'est pas uniforme : elle se construit et se transforme selon l'âge, les hormones et l'histoire familiale. Comprendre la prévention, c'est accompagner le corps féminin à travers ses « saisons » : adolescence, âge adulte, maternité, ménopause, âge mûr. Chacune avec ses priorités et risques spécifiques.



- Adolescence (12 à 19 ans)
Vaccins (HPV...), hygiène intime, éducation sexuelle, dépistage IST.
- 20 à 39 ans
Frottis/test HPV, examen des seins, suivi gynécologique, bilan sanguin, gestion du stress.
- 40 à 49 ans
Mammographie (selon risque), bilan cardiovasculaire, suivi hormonal, examens gynécologiques.
- 50 à 64 ans
Mammographies régulières, densitométrie osseuse si risque, dépistage diabète/cholestérol, suivi ménopause.
- 65 ans et plus
Dépistage cancer colorectal, vision et audition, prévention des chutes, surveillance osseuse.

Cycles menstruels, grossesses, ménopause : chaque étape impose des besoins spécifiques. Certaines pathologies sont liées à la biologie spécifique des femmes, notamment les troubles menstruels, l'endométriose ou certains cancers féminins.

D'autres se manifestent différemment que chez les hommes et nécessitent une vigilance adaptée. Les responsabilités familiales et professionnelles peuvent aussi masquer des signaux d'alerte, ce qui rend l'écoute de son corps essentielle.

La prévention : un parcours personnalisé

Chaque femme est unique, et ses antécédents familiaux ou personnels influencent le suivi et ses examens. La prévention repose sur l'éducation : savoir ce qui est normal et ce qui doit alerter, poser des questions, demander un examen, signaler un symptôme inhabituel.

Recommandations indicatives par âge

Ces repères par âge ne constituent pas un calendrier linéaire, mais un guide adaptable pour accompagner chaque femme dans son parcours de prévention.

Des réflexes santé pour tous les âges

Activité physique régulière, alimentation équilibrée, gestion du stress, connaissance de l'histoire familiale pour adapter les examens. La prévention au féminin reste un parcours évolutif et personnalisé, guidé par des repères indicatifs mais toujours ajusté à la vie et aux besoins de chaque femme. Elle permet de traverser la vie avec confiance, sérénité et santé. Investir dans la prévention, c'est donner à chaque femme les moyens d'agir pour sa santé à chaque étape de sa vie.

Plus d'informations sur www.la-tour.ch

Hôpital de La Tour

DE MANET À KELLY

L'art de l'empreinte

Collections de l'Institut national d'histoire de l'art, Paris



Edward Munch (1863-1944), La Femme avec le serpent (1902), lithographie, 67 x 51,5 cm (feuille), 60,5 x 44,2 cm (jeu)

Fondation Pierre Gianadda

Martigny

12 décembre 2025 – 14 juin 2026

Tous les jours de 10 h à 18 h

Suisse

Des émotions en rose

Le projet biennal 2025-2026 de la présidente du SI Union Suisse, Jolanta Jozefowski, s'ouvre avec une campagne de sensibilisation haute... en couleur rose! Cette campagne promeut l'accès universel à la prévention du cancer du sein, car la prévention ne doit pas être un luxe!

Émotions en Rose

Soroptimist International Union Suisse

swiss-soroptimist.ch/fr/

SOROPTIMIST INTERNATIONAL SWITZERLAND 2025-2026

C'est en Suisse que se concrétise cette initiative, qui allie art, témoignage et santé publique pour promouvoir la prévention du cancer du sein: «Émotions en Rose», un projet biennal (2025-2026) de l'Union Suisse des Soroptimistes.

La sensibilisation au cœur des enjeux

L'initiative combine des événements culturels, des moments d'information sur la santé et des collectes de fonds pour soutenir des campagnes de sensibilisation et des actions concrètes de prévention, tout en racontant la force des femmes touchées par cette maladie et l'importance du diagnostic précoce.

À travers ces initiatives, les organisatrices souhaitent souligner une donnée épidémiologique importante: chaque année, en Suisse, des milliers de femmes reçoivent un diagnostic de cancer du sein, une pathologie qui représente la néoplasie la plus répandue chez les femmes et qui, si elle est détectée tôt, offre de meilleures chances de guérison.

L'objectif du projet est double: sensibiliser l'opinion publique au thème de la prévention et encourager l'accès de toutes les femmes en Suisse aux programmes de dépistage du cancer du sein gratuits, quel que soit leur canton de résidence.

Prôner un dépistage généralisé dans tous les cantons suisses

En Suisse, le système de dépistage mammographique relève de la compétence cantonale: cela signifie qu'il n'existe pas de programme fédéral unique, mais que chaque canton décide s'il souhaite mettre en place un programme public de dépistage organisé et comment le faire, en invitant périodiquement les femmes de la tranche d'âge cible (généralement entre 50 et 69 ans) et en couvrant les coûts sans appliquer la franchise d'assurance.

Selon des données de suivi récentes, 14 cantons proposent un programme institutionnel de dépistage mammographique, invitant systématiquement les femmes de la tranche d'âge concernée, tandis que ce programme n'est pas encore actif dans les cantons suivants: Zurich, Argovie, Lucerne, Nidwald, Obwald, Uri, Zoug, Schwytz, Basel-Land et Schaffhausen. Certains cantons, tels que les Grisons par exemple, discutent au niveau politico-économique de la révision du programme de dépistage mammographique pour des raisons de coûts ou de durabilité.

Un droit pour toutes les femmes

Pour la présidente du SI Union Suisse, Dr Jolanta Jozefowski, cette fragmentation constitue un obstacle à l'équité en matière de santé: «Chaque femme devrait pouvoir avoir accès à un dépistage régulier et gratuit, quel que soit son lieu de résidence», affirme Jolanta Jozefowski.

Le projet souhaite donc représenter non seulement une plateforme de réflexion et de soutien, mais aussi une invitation aux autorités cantonales et fédérales à œuvrer pour une plus grande uniformité dans l'offre de programmes de prévention sur l'ensemble du territoire national.

Dans un pays où la santé publique est gérée de manière décentralisée, «Émotions en Rose» se propose comme un pont entre la sensibilisation sociale et les exigences de la politique sanitaire, avec pour objectif de faire de la prévention du cancer du sein un droit réel pour toutes. Parce que la prévention ne doit pas être un luxe!

Plus d'informations sur swiss-soroptimist.ch



Brandreport • CLAFG

Un réseau pour créer du lien au féminin

À Genève, une nouvelle énergie émerge avec le lancement de *Femmes-de-Geneve.ch*, un réseau social innovant porté par le CLAFG (Centre de Liaison des Associations Féminines Genevoises). Son objectif est clair: renforcer la visibilité, la solidarité et l'entraide entre les femmes du canton, en créant un espace numérique où l'engagement féminin retrouve toute sa place.

Porté par le CLAFG, institution fondée en 1937 et fédérant plusieurs dizaines d'associations féminines, ce projet s'inscrit dans la continuité de valeurs fortes: égalité, engagement citoyen, participation à la vie publique et soutien à toutes les femmes actives, entrepreneuses, étudiantes, mères, bénévoles ou retraitées. Il crée ainsi un pont entre près d'un siècle d'histoire associative et les outils numériques d'aujourd'hui. Le CLAFG, c'est également plusieurs programmes majeurs. Son Académie de Leadership propose un parcours politique, diplomatique et entrepreneurial destiné à renforcer les compétences, la confiance et la capacité d'action. Son dispositif de soutien économique et professionnel met à disposition aide financière, formations ciblées et accompagnement personnalisé pour concrétiser des projets de vie. Enfin, sa Permanence offre un espace d'écoute confidentiel apportant informations juridiques, sociales et financières, avec un accueil dédié aux femmes en situation de handicap.

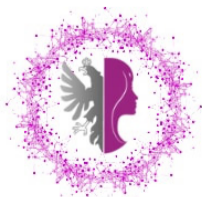
L'engagement numérique du CLAFG vise aussi à donner une meilleure visibilité aux actions de ses associations membres: conférences, ateliers, campagnes ou initiatives sociales et culturelles. Grâce à *Femmes-de-Geneve.ch*, ces activités bénéficient désormais d'une diffusion plus large et d'un accès simplifié pour toutes les femmes de la région.

Dans un contexte où les espaces en ligne bienveillants se raréfient, *Femmes-de-Geneve.ch* s'affirme comme

un réseau social local, respectueux et authentique, géré par des femmes, pas par des robots. Un lieu où chacune peut échanger, demander un appui, proposer une idée ou développer un projet, tout en participant à une véritable souveraineté numérique féminine.

Avec cette initiative, Genève se dote d'un outil puissant pour renforcer les liens, les vrais liens, entre femmes, encourager la participation citoyenne et célébrer la richesse des initiatives féminines du canton. Une nouvelle étape pour notre souveraineté numérique.

Plus d'informations sur femmes-de-geneve.ch



Femmes-de-Geneve.ch

'Un Réseau Social au Féminin'

SPECTACLES ONÉSINIENS

Table Ronde
L'art comme dialogue et expression interculturels
sa. 24 JANVIER
spectaclesonesiens.ch

Quand j'étais blanche
ma. 27 JANVIER
théâtre & Danse

The Two Sadela
je. 5 FÉVRIER
blues / Maloya

Kolinga Legacy
je. 19 MARS
soul / world

Yazz Ahmed
A Paradise in the Hold
je. 23 AVRIL
jazz

Vente de billets: Spectacles Onésiens, Stand Info Balxert, Migros Change - Rive, Migros Change - MParc La Praille, spectaclesonesiens.ch, migroslabilletterie.ch

La symbiose d'un duo : Emmanuel Bouchet et Aurélie Picaud



« Une vision singulière du temps », c'est ainsi que se décrit la marque horlogère Emmanuel Bouchet, portée par un duo complémentaire : Aurélie Picaud et Emmanuel Bouchet, qui œuvrent ensemble avec une complicité rare pour développer cette marque d'exception aux modèles de montres uniques. Aurélie Picaud œuvre dans l'opérationnel, la force commerciale et la communication, tandis qu'Emmanuel Bouchet imagine, crée et façonne ses montres d'exception. Un savoir-faire et une ADN authentiques et rares que nous découvrons à travers la voix de ces deux têtes pensantes.

Tout d'abord, qu'est-ce qui vous a poussés à vous intéresser à l'horlogerie ?

Aurélie Picaud : En fait, je suis tombée un peu par hasard dans l'horlogerie. J'ai d'abord étudié l'ingénierie des matériaux, puis j'ai trouvé mon premier emploi dans l'automobile, en Allemagne. Ce fut une expérience très instructive, intense et enrichissante. C'est un jour, par le biais d'une amie, que j'ai pris connaissance d'une opportunité chez Swatch Group. L'univers de la montre m'était alors presque inconnu et réduit à son aspect purement design et esthétique. J'ai donc obtenu un poste au sein du département Quality Management du groupe et j'ai découvert cet univers passionnant.

J'ai eu la chance de travailler avec les différentes marques horlogères du Swatch Group. Cela m'a permis de découvrir l'univers horloger, l'artisanat qui accompagne la haute horlogerie, la beauté des mouvements mécaniques et la passion des horlogers. J'ai évolué comme cheffe de produit chez Audemars Piguet, ce qui a solidifié mes bases, mon expérience et m'a permis d'acquérir de

nombreuses connaissances. Quand on m'a proposé de rejoindre Fabergé à Londres, j'ai été amenée à créer le département horloger et à développer des collections horlogères en 18 mois. Ce fut un sacré challenge ! Étant passionnée, j'ai tout donné et me suis investie corps et âme dans ce poste grâce auquel j'ai beaucoup appris.

J'ai rencontré Emmanuel en 2015 sur un salon horloger, et nous avons rapidement développé une admiration réciproque. Il faut dire que j'ai toujours pensé, secrètement, à travailler pour lui, car j'ai toujours été une grande admiratrice de son travail et de sa maison horlogère.

Emmanuel Bouchet : En travaillant avec Aurélie, j'ai découvert une personne exceptionnelle, qui comprend à la fois le produit et la vision de ma marque. Elle est vraiment impressionnante, c'est une battante, passionnée, très sensible et proactive. J'ai vraiment cette impression d'avoir trouvé la perle rare à un moment où la marque avait besoin d'un nouvel œil.

Comment développez-vous l'image d'une marque autour d'un produit aussi spécifique qu'une montre de luxe ?

A.P. : La première chose est de s'imprégner pleinement de son ADN : quelles sont ses valeurs, ce qui la rend unique ? Dans notre cas, c'est l'excellence horlogère et le travail artisanal avec un nouveau type de complications philosophiques illustrant la vision unique d'Emmanuel Bouchet et son rapport au temps. Ensuite, il faut trouver les mots pour vulgariser ces valeurs et représenter cette technique mécanique très élevée afin d'illustrer l'essence du temps.

Pour l'horlogerie indépendante, il est important de traduire l'âme du maître horloger, les codes de la Maison. Nous souhaitons avant tout provoquer de l'émotion.

Quelle est la clé pour s'imposer dans l'horlogerie de luxe, notamment en tant que femme ?

A.P. : Je pars du principe que chaque individu a ses forces et ses faiblesses. Effectivement, le monde horloger est très masculin. Au début, cela peut être déstabilisant : on rencontre des périodes de doute, on peut se sentir jugée ou pas prise au sérieux, je suis passée par ces phases. Mais il faut garder patience, être persévérante et

rester fidèle à ses valeurs. Nous, les femmes, apportons souvent quelque chose de complémentaire, très recherché dans beaucoup de domaines. Une sensibilité particulière alliée à ce besoin omniprésent de faire ses preuves, encore plus activement qu'un homme. Au fur et à mesure de mon évolution professionnelle, j'essaie de transformer les challenges en des opportunités.

E.B. : C'est un fait, les maisons horlogères sont quasiment toutes dirigées par des hommes. Les femmes ont du talent, de la créativité : je les admire tant dans leur savoir-être que dans leur travail.

Comment abordez-vous les marchés suisse et international avec les modèles Emmanuel Bouchet ?

A.P. : Nous sommes dans un marché de niche : nous produisons en petite quantité du fait de la recherche d'excellence horlogère, ce qui fait toute la rareté de nos produits. Nous cherchons avant tout à faire plaisir à nos clients et nous développons des partenariats avec des détaillants très ciblés, en Suisse et à travers le monde. Nous privilégions également le contact direct avec nos clients et nous leur proposons même de personnaliser leur garde-temps. Dans notre maison horlogère, nous avons à cœur de servir au mieux nos clients, y compris au niveau du service client. Depuis peu, nous nous ouvrons au marché indien, en plus des autres marchés internationaux comme le Middle East et les USA.

Quelles sont vos méthodes de travail et comment fonctionnez-vous de manière complémentaire ?

A.P. : Je suis dans un rôle de valorisation et de mise en lumière de ces produits d'exception. Je travaille avec une grande liberté, ce qui me permet d'avancer vite et efficacement.

E.B. : C'est une symbiose qui s'est très naturellement créée. J'ai l'esprit créatif et technique, mais je n'ai pas l'approche marketing et communication, ce qu'Aurélie maîtrise parfaitement. Moi, je suis dans mon rôle d'artisan et de créateur : je dessine et façonne les montres tout en demandant souvent l'avis d'Aurélie pour le design. Notre méthode de travail est totalement synergique et complémentaire, c'est un vrai plus pour notre marque.

Si vous deviez résumer l'identité d'Emmanuel Bouchet en une phrase ou une image ?

A.P. : Avec les garde-temps Emmanuel Bouchet, la mécanique horlogère est utilisée afin de nous faire réfléchir à notre rapport au temps et à notre existence même. J'ai une image qui me vient en tête pour évoquer les valeurs et l'identité de la marque Emmanuel Bouchet : un paysage de sapins enneigés dans le Val de Travers, où la Maison est établie. En se rapprochant et en prenant le temps d'admirer les détails sur l'un des sapins, on entrevoit une stalactite, la forme d'un flocon... chaque élément de la nature et de la vie mérite notre attention. Et c'est ce que nous faisons avec nos gardes-temps : nous mettons en lumière certains aspects de la mécanique, afin de nous rappeler de ralentir et d'admirer la beauté du moment présent et des détails singuliers qui nous entourent.

E.B. : En une phrase je dirais : « la vie n'est qu'un seul jour, une heure passagère, qui s'en va et qui fuit ». L'horlogerie est un monde passionnant et créatif dans lequel je m'épanouis pleinement. Il faut savoir apprécier la sagesse du temps qui passe et ces instants qui sont précieux.

Comment imaginez-vous l'avenir de votre maison horlogère et l'évolution du secteur ?

A.P. : Nous voulons pouvoir continuer à développer ce que nous avons commencé à construire pour faire perdurer cet art, ce savoir-faire ancestral et notre vision du temps à travers nos créations. Dans notre domaine horloger, de plus en plus, la montre mécanique s'apprécie comme un objet d'art, sublimant l'artisanat et la créativité des manufactures et des marques.

E.B. : Nous souhaitons achever des projets que l'on avait mis de côté par manque de temps ou de moyens. Avec Aurélie à mes côtés, je sens que nous pouvons dès à présent relancer de nombreuses créations et donner un nouveau sens à notre philosophie, à notre marque et à notre histoire. Nous sommes prêts à lancer de nouveaux produits et à révéler de nouvelles beautés pour un public toujours plus réceptif.

Plus d'informations :
emmanuelbouchet.com



École Suisse de Sertissage • Brandreport

Former les mains d'or de demain

Fondatrice de l'École Suisse de Sertissage (ESDS), située à Gland, près de Genève, Virginie Petitti forme depuis 2016 les futures mains d'or du sertissage horloger et joaillier. Professionnelle active dans une prestigieuse manufacture, elle raconte son parcours, les défis du métier et les ambitions de son école, récemment certifiée eduQua:2021.



Virginie Petitti

Fondatrice, École Suisse de Sertissage

Virginie Petitti, comment avez-vous été conduite vers la bijouterie, puis le sertissage ?

J'ai toujours été fascinée par les bijoux. Ma grand-mère et ma mère en portaient beaucoup et chaque bague avait une histoire. C'est ce qui m'a donné envie d'apprendre la bijouterie-joaillerie. Chez Piaget, où j'ai fait mon apprentissage, j'ai découvert la création, les couleurs, l'audace des pièces de haute joaillerie. Mais j'étais frustrée de ne pas pouvoir terminer mes bijoux : on préparait la matière, mais on n'apprenait pas à sertir. J'ai alors insisté pour qu'on m'apprenne. C'est ainsi que je suis devenue sertisseuse professionnelle.

Pourquoi avoir créé l'École Suisse de Sertissage en 2016 ?

J'ai mis quatre ans à trouver quelqu'un qui accepte de me former. Le milieu était très fermé et très masculin. J'ai voulu ouvrir cette porte, attirer davantage de femmes et partager un savoir-faire précieux. Nous voulions aussi transmettre notre façon de travailler, très orientée haute joaillerie et pièces uniques, et constituer un vivier de professionnels formés avec exigence.

Comment l'école a-t-elle évolué depuis ses débuts ?

Au départ, nous partagions de petits locaux. Aujourd'hui, l'école a doublé d'effectifs et dispose d'un espace dédié. Nous avons développé des partenariats avec les marques et les sous-traitants. Nous avons également intégré des cours de



gemmologie, essentiels pour comprendre les pierres. L'objectif n'est pas de grandir sans limite, mais de garantir un très haut niveau de qualité.

Votre école est certifiée eduQua:2021 depuis 2025. Que cela change-t-il ?

La certification nous audite chaque année sur la qualité de l'enseignement, des supports de cours, du contenu, de la pédagogie. Cela nous pousse à nous améliorer constamment. Les supports, entièrement conçus par nous, sont très exigeants. C'est difficile, mais nous en sommes fiers : les élèves savent qu'ils reçoivent une formation solide et reconnue.

Vous êtes à la fois formatrice et artisanne. Comment conciliez-vous ces deux rôles ?

Difficilement (*rires*). Je m'appuie beaucoup sur mon équipe, qui est exceptionnelle. Cela me permet de déléguer tout en continuant à créer. Je travaille aussi dans une prestigieuse manufacture genevoise dans les métiers d'art. C'est indispensable pour moi : rester sur le terrain, réaliser des pièces uniques, continuer à apprendre. Cette double casquette nourrit ma pédagogie et mes élèves.

Quelles sont aujourd'hui les exigences du marché horloger et joaillier ?

La qualité doit être toujours plus élevée. Les technologies, comme le Graveur Max ou les binoculaires très performants, permettent d'atteindre une précision incroyable. Elles rendent aussi le métier plus ergonomique, ce qui a contribué à ouvrir la voie à davantage de femmes. Malgré ces outils, le geste reste artisanal : la main demeure au centre.

Selon vous, qu'est-ce qui fait une bonne sertisseuse, un bon sertisseur ?

La patience, la rigueur, la dextérité. Et surtout la passion. Sans passion, on ne peut pas répéter le geste des milliers de fois pour atteindre la perfection.

Comment recrutez-vous vos formateurs ?

Nous cherchons avant tout l'humain : empathie, motivation, envie de transmettre. Tous sont des professionnels actifs, avec des profils variés : bijouterie, sertissage, gemmologie, taille de pierre. Cette diversité enrichit énormément l'école.

Quelles transformations observez-vous chez vos élèves ?

Elles sont spectaculaires. Beaucoup arrivent sans aucune connaissance du métier : pharmaciennes, comptables... Et en quatre mois, elles maîtrisent toutes les techniques de base. Elles découvrent qu'elles ont des mains en or qu'elles ignoraient.

Comment imaginez-vous l'école dans cinq ou dix ans ?

Pas forcément plus grande, mais encore plus compétente. Nous voulons aller plus loin dans les connaissances, notamment autour des pierres. Le but est de faire toujours mieux, d'affiner encore nos exercices et de rester à la pointe des besoins du marché.

Y a-t-il des tendances actuelles en sertissage ?

Oui, le sertissage baguette et le sertissage invisible sont très demandés. Ce sont des techniques exigeantes pour lesquelles nous développons constamment de nouveaux exercices afin de pousser les élèves plus loin.

Quel message aimeriez-vous transmettre à celles et ceux qui rêvent des métiers d'art ?

De suivre leur passion. C'est elle qui permet d'avancer, de s'améliorer et de trouver sa place dans ces métiers exigeants mais magnifiques.

Interview Océane Kasonia

Plus d'informations sur
www.esds.ch





Vers une réelle égalité salariale



Eloïse Allimann

Consultante en stratégie d'égalité salariale, Comp-On, Responsable communication et coordination, Fair-ON-Pay

« Je pense que la loi se renforcera d'ici 2032. Les entreprises ont compris qu'au-delà d'une obligation légale, c'est un facteur de crédibilité et d'équilibre social. »

– Eloïse Allimann, Consultante en stratégie d'égalité salariale, Comp-On, Responsable communication et coordination, Fair-ON-Pay

Eloïse Allimann, consultante en stratégie d'égalité salariale chez Comp-On et responsable communication et coordination de l'association Fair-ON-Pay, accompagne depuis plusieurs années les entreprises suisses dans la mise en place de politiques plus équitables. Rencontre avec une experte engagée qui milite pour une égalité salariale durable entre les femmes et les hommes dans le monde du travail.

Accompagner les entreprises vers plus d'équité

Petite structure à taille humaine, Comp-On compte cinq collaborateurs dédiés au conseil et à l'accompagnement des entreprises dans leur stratégie d'équité et égalité salariale. « Nous proposons des recommandations personnalisées selon les besoins de chaque organisation », explique Eloïse Allimann. « Au-delà de la question du salaire, nous abordons l'équité au sens large : comment coacher les ressources humaines, structurer les postes et donner les moyens de valoriser les collaborateurs à travail égal et de valeur égale. »

La certification Fair-ON-Pay est aujourd'hui l'un des outils les plus reconnus en Suisse pour mesurer régulièrement la conformité à l'égalité salariale. Elle va plus loin que la simple application de la loi. « Grâce à une analyse approfondie et de nombreux indicateurs, nous identifions les différences entre les sexes et les points faibles de la structure fonctionnelle », détaille la consultante. « Tous les deux ans, les entreprises certifiées font réévaluer leurs données. Au-delà des chiffres, nous accompagnons les employeurs dans la mise en place de solutions concrètes. »

Un processus d'audit pointu et exigeant

La certification repose sur une méthodologie claire. « Les entreprises nous transmettent une base de données complète : effectifs, payroll, fonctions, ancienneté... », explique Eloïse Allimann. « Pour obtenir la certification, l'écart salarial entre les femmes et les hommes au niveau de l'entreprise ne doit pas dépasser 5 %. »

Pour les organisations les plus avancées, Fair-ON-Pay Advanced fixe un seuil plus strict de 2,5 %, avec des exigences renforcées en matière de structure fonctionnelle et de précision du modèle statistique. Et pour les petites entreprises, le label « Fair-ON-Pay Aware » permet d'analyser, former et sensibiliser les plus petites entreprises à la thématique.

Cette approche rigoureuse s'accompagne d'une forte dimension humaine. « Nous aidons les RH à s'approprier le sujet afin de pouvoir bien communiquer à l'interne, comme il s'agit souvent d'un élément très émotionnel. L'entreprise reçoit également des recommandations concrètes de la part des experts de Fair-ON-Pay. Tous les deux ans, un nouveau diagnostic est effectué. C'est un processus d'amélioration continue, bien plus ambitieux que ce qu'exige la loi. »

Des bénéfices tangibles pour les entreprises

Pour Eloïse Allimann, les retombées positives de la certification sont multiples. « Les entreprises certifiées en retirent un avantage compétitif réel », affirme-t-elle. « En interne, cela améliore le climat social et la confiance des collaborateurs tout en permettant à l'équipe RH d'être mieux équipée et sensibilisée aux points à surveiller pour mieux monitorer l'égalité sur la durée. En externe, cela renforce la marque employeur et l'attractivité auprès des talents. »

Le label devient ainsi un levier stratégique : il crédibilise la politique RH, rassure les partenaires et traduit un engagement sincère et durable en faveur de l'égalité et de la diversité. Il peut permettre de poser les premiers jalons en direction d'une politique salariale plus transparente.

Comprendre les causes des inégalités

Malgré les avancées, les écarts de rémunération persistent. « Dans 90 % des entreprises analysées avec Fair-ON-Pay, le résultat final est en défaveur des femmes », rappelle Eloïse Allimann. « Les causes sont multiples et complexes : les stéréotypes de genre, les aspirations de carrière, les biais cognitifs, le manque de structure ou encore la sous-représentation des femmes dans les postes à hautes responsabilités. »

Pour elle, il est important de repenser les modèles organisationnels : revaloriser les métiers à prédominance féminine, mieux encadrer les promotions, et repenser la conciliation entre vie privée et vie professionnelle.

La transparence a elle seule ne garantit pas l'égalité salariale. Pour être transparente, une entreprise doit d'abord se poser les bonnes questions : pourquoi paie-t-elle un salaire ? Quelles fonctions sont comparables au sein de l'organisation ? Aujourd'hui encore, trop d'employeurs ne disposent pas des outils nécessaires pour comparer les collaborateurs selon le principe du « travail de valeur égale ». Résultat : Plus de la moitié des entreprises ont des fonctions avec des écarts salariaux de plus de 100 % entre les salaires les plus bas et les plus élevés ! Pour monitorer activement l'égalité mais aussi l'équité interne, il est nécessaire de commencer par mettre en place une structure fonctionnelle permettant une comparabilité entre les postes. Une fois ce cadre en place, il est possible d'instaurer un suivi concret et de mesurer les progrès réalisés.

Un sujet désormais incontournable

L'égalité salariale s'impose désormais dans l'agenda de toutes les entreprises, petites ou grandes. « C'est une thématique qui a trouvé sa place », constate Eloïse Allimann. « La Suisse a franchi un cap : les analyses sont réalisées et répétées, ce qui montre un impact réel et une prise de conscience durable. »

Et demain ? L'experte reste optimiste : « Je pense que la loi se renforcera d'ici 2032. Les entreprises ont compris qu'au-delà d'une obligation légale, c'est un facteur de crédibilité et d'équilibre social. »

L'égalité salariale ne se décrète pas, elle se construit. Grâce à des initiatives comme Fair-ON-Pay, les entreprises disposent d'outils concrets pour identifier les écarts, agir et communiquer en toute transparence. Car : « L'objectif, c'est de créer une culture durable de l'équité : non pas seulement parce que la loi l'impose, mais parce que c'est juste, cohérent et bénéfique pour tous. »

Texte SMA

Brandreport • profawo

Quand les anciens schémas appellent de nouvelles solutions

La scène est familière : une femme est assise en réunion, concentrée, professionnelle et pourtant, elle semble jongler davantage que les autres. Non pas parce qu'elle « doit tout gérer », mais parce que les attentes sociétales et la réalité vécue ne coïncident souvent pas encore, même en 2025.



Mais une autre réalité s'impose tout autant : la responsabilité du travail de care et de la charge mentale concerne aujourd'hui plus de personnes que jamais. Les partenariats sont plus modernes, les rôles plus flexibles, et de nombreux pères, co-parents et proches s'engagent activement dans le partage des tâches. Malgré cela, la charge continue souvent de reposer là où l'on en a historiquement toujours le plus attendu sur les femmes. Non par faute individuelle, mais à cause de schémas anciens qui persistent.

C'est précisément pour cette raison que de nouvelles solutions sont nécessaires. Non pas pour « sauver » les femmes, mais pour créer des structures permettant à toutes et tous de construire, sur un pied d'égalité, leurs objectifs professionnels et personnels. La conciliation ne doit pas relever du hasard, ni d'un projet d'improvisation individuelle.

C'est là qu'intervient profawo. Grâce à des offres d'accueil dans les crèches Kids & Co, des solutions

d'urgence à court terme, un accompagnement dans la prise en charge de proches dépendants et des conseils pratiques, profawo soutient aussi bien les familles que les entreprises et les particuliers. Toujours avec le même objectif : répartir les responsabilités de manière plus équitable et rendre visible le travail de care.

Car renforcer la conciliation, ce n'est pas seulement soutenir les femmes, c'est aussi renforcer les couples, les équipes et les entreprises dans leur ensemble.

Pour un avenir où les rôles ne sont pas imposés, mais choisis.

Pour des personnes qui ne veulent pas avoir à choisir entre la famille et les opportunités professionnelles.

Pour des entreprises qui ont compris que l'égalité n'est pas une tendance, mais un facteur de succès.

La conciliation a besoin de structures. Et profawo les met en place.

profawo - Siège principal
Aarberggasse 20
3011 Bern

+41 31 311 74 09
bern@profawo.ch
www.profawo.ch



Entreprendre : ou l'art de trouver sa voie après une première vie professionnelle

Beaucoup hésitent à entreprendre, convaincus d'être trop jeunes... ou déjà trop vieux. Dominique Ben Dhaou, qui a elle-même franchi ce cap après 50 ans, accompagne aujourd'hui celles et ceux qui veulent se réinventer et créer une activité durable, alignée avec leur histoire.



Dominique Ben Dhaou
Fondatrice, PointNorth

Changer de vie professionnelle ne relève pas forcément d'un appel précoce. Pour Dominique Ben Dhaou, fondatrice de PointNorth, entreprendre n'a pas toujours été une évidence, mais un choix mûri, posé à un moment charnière de sa carrière. Après 30 ans dans de grandes structures internationales, elle a décidé, passé 50 ans, de créer la sienne. Une transition qu'elle souhaite aujourd'hui éclairer pour celles et ceux qui envisagent un pivot similaire, quel que soit leur âge. Pendant trois décennies, Dominique Ben Dhaou a occupé des fonctions de direction dans les ressources humaines, dans des environnements structurés, dotés de supports, de process et d'équipes dédiées. Un univers très éloigné, selon elle, de l'entrepreneuriat, souvent perçu à tort comme une version « libre » du salariat. Pour elle, devenir entrepreneure n'a jamais été un choix par défaut, mais une recherche d'alignement : l'envie de créer autrement, de contribuer différemment, et de refuser l'idée qu'à 50 ans, il serait temps de ralentir. « On suggère souvent à cet âge de prendre sa retraite, de faire des gâteaux ou du golf. Mais à 50 ans, on est juste au milieu de sa vie », dit-elle en souriant. Ce passage fut pourtant loin d'être évident, sa décision s'étant heurtée aux mêmes freins que rencontrent la plupart des futurs entrepreneurs à savoir la peur de ne pas être « assez âgé » ou d'être « déjà trop vieux ».



Trouver sa clientèle, construire son offre, apprendre un nouveau métier

Aujourd'hui, Dominique Ben Dhaou tient avant tout à transmettre quelque chose d'utile, non pas seulement raconter son parcours, mais partager des idées simples qui peuvent aider, débloquer une situation ou offrir une piste concrète. Son discours se veut pragmatique et sans fausses promesses : l'entrepreneuriat n'est ni un choix de facilité, ni la suite logique d'un métier, ni un copier-coller du poste occupé en entreprise. « Être comptable et devenir indépendante pour faire la même chose, ce n'est pas entreprendre. C'est être self-employed », explique-t-elle. Pour elle, entreprendre, c'est créer une solution qui répond à un besoin réel. Et le mot « créer » n'a rien d'anodin. « Il ne s'agit pas d'avoir une idée géniale façon Bill Gates, mais de comprendre ce que l'on peut apporter à une clientèle précise, identifiée, cohérente avec son histoire personnelle et professionnelle. Cette approche demande de renverser la logique habituelle : ne pas partir de ce que l'on sait faire, mais de ceux avec qui l'on souhaite travailler, de leurs besoins, puis des solutions qu'on peut réellement leur offrir. »

Pour guider ceux et celles qu'elle accompagne, Dominique Ben Dhaou pose toujours la même question centrale : « quel lien existe entre l'histoire d'un entrepreneur et les personnes qu'il souhaite accompagner ? Car une clientèle ne se choisit jamais au hasard ». Construire ce « pont » entre l'histoire de l'entrepreneur et celle de sa clientèle idéale est, selon elle, une étape structurante. Elle donne de la légitimité, de la cohérence et permet de formuler une solution utile et crédible. Se lancer demande ensuite d'acquiescer (ou de réapprendre) des compétences autrefois fournies par l'entreprise, comme le marketing, les réseaux sociaux, la finance, la présentation d'offres ou encore la gestion du temps. Pour celle qui se décrit comme « actrice de transformation professionnelle », la formation et la capacité à s'entourer des bonnes personnes jouent également un rôle déterminant. L'état d'esprit est tout aussi crucial : « on ne peut pas apporter de valeur à un client si l'on arrive épuisé, négatif ou démoralisé ». Celle qui aide et accompagne désormais les autres à se lancer insiste également sur un point souvent sous-estimé : la gestion du temps. « Dans l'entrepreneuriat, la liberté est une responsabilité. » Les journées intenses,

les creux imprévus, les appels tardifs, les week-ends flous... tout cela s'apprend et se maîtrise. « Notre vie est la résultante d'une somme de microdécisions », dit-elle. Un entrepreneur doit donc décider consciemment comment utiliser son temps, qui reste sa ressource la plus précieuse.

Entreprendre au féminin et après 50 ans : une force que l'on oublie souvent

Si Dominique Ben Dhaou se décrit comme « féminine mais pas féministe », elle reconnaît volontiers la résilience dont font preuve nombre de femmes qu'elle accompagne, habituées depuis longtemps à composer avec des pressions multiples. Quant aux entrepreneurs plus âgés, les chiffres sont clairs : ils ont statistiquement davantage de chances de créer des entreprises pérennes, du fait de leur expérience, de leur réseau, de leurs échecs et succès passés ou encore de leur stabilité financière. « Autant d'atouts qu'on oublie trop souvent de valoriser. » Les jeunes comme les seniors, dit-elle, expriment au fond la même croyance limitante : « Je ne suis pas assez ». Or, l'âge n'est pas un argument déterminant pour réussir. Certes rien n'est acquis, tout évolue, et chacun doit continuellement se remettre en question pour s'adapter. Mais pour celles et ceux qui souhaitent avoir un impact, créer quelque chose de sensé et éviter un jour de se dire « si j'avais su... », cette voie de l'entrepreneuriat reste une formidable opportunité.

Plus d'informations sur
dominique@pointnorth.biz
pointnorth.biz



Declic Marketing Sàrl • Brandreport

ZG Avocate • Brandreport

Redéfinir l'essentiel pour les femmes entrepreneures

Liliane accompagne depuis près de dix ans les femmes entrepreneures en Suisse, forte de son propre parcours d'entrepreneure et de spécialiste du marketing. À travers son agence et son expérience, elle propose un accompagnement marketing et stratégique pensé pour répondre aux besoins spécifiques des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat.



Liliane Maibach
Consultante et mentor marketing

« J'aide les femmes à exploiter le marketing de manière adaptée, sans peur, et à prendre confiance en elles », explique-t-elle. L'objectif est clair : renforcer leur légitimité et leur permettre de se sentir pleinement investies dans leur rôle d'entrepreneure. Au fil de ses vingt ans d'expérience, Liliane a développé une approche holistique qui combine coaching, mentorat et consulting marketing. « Je milite pour faire moins mais mieux », précise-t-elle.

Avec de plus en plus de femmes qui se lancent dans l'entrepreneuriat en Suisse, Liliane constate un réel besoin de conseils pour exploiter correctement les leviers du marketing et de la communication. « Je pratique ce que j'appelle le marketing minimaliste. Aujourd'hui, beaucoup suivent des tendances éphémères et adoptent ce que j'appelle le « marketing Frankenstein » : trop complexe, trop chronophage, souvent inutile, sans impact réel. » Le rôle de la spécialiste est de proposer un accompagnement sur mesure, en distinguant les pratiques efficaces de celles qui sont superficielles et trop chronophages. La gestion de la communication peut rapidement devenir complexe et énergivore, surtout lorsque les méthodes sont mal employées. Une fois les bons leviers identifiés et adaptés à l'image de marque et à la dirigeante, ceux-ci sont pleinement exploités, permettant aux dirigeantes de réinvestir ce temps précieux de manière utile.

Un marketing qui leur ressemble vraiment

Pour Liliane, la communication doit être en cohérence avec l'image et la personnalité de chaque femme entrepreneure. « Mieux se connaître, c'est mieux transformer et utiliser les bons outils adaptés », insiste-t-elle. Concrètement, Liliane travaille avec son outil Marketing Reset : deux jours intensifs dédiés au « nettoyage » marketing, suivis d'un accompagnement sur le long terme pour guider ses clientes vers de bonnes pratiques durables et efficaces.

Elle propose également des formats collectifs, comme les Masterminds, dont la première session aura lieu à Annecy les 22 et 23 janvier prochain, pour un groupe de douze femmes entrepreneures. Les objectifs ? Faire le constat de tous les leviers marketing utilisés, simplifier, automatiser et reconstruire un écosystème efficace qui solidifie leur rôle et leur présence sur le marché. Une immersion intimiste et ambitieuse, pour les dirigeantes cherchant à donner un sens à leur modèle marketing tout en remettant en question leurs pratiques et en se fixant un nouveau cap pour l'année à venir.

Intéressée pour vivre deux jours intenses et constructifs ? Inscrivez-vous vite en scannant le QR Code !



Plus d'informations :
marketingreset.ch/mastermind

**MARKETING
RESET**

Une approche humaine et sur mesure

Me Zoé Glaser, avocate généraliste et indépendante à Genève, intervient notamment en droit du travail, en droit commercial, en droit des successions et en droit de la famille, tant dans des démarches extrajudiciaires que dans des procédures contentieuses.



Zoé Glaser
Avocate généraliste et indépendante

Votre parcours n'a pas suivi une trajectoire linéaire. En quoi cela influence-t-il votre pratique aujourd'hui ?

J'ai été formée en droit entre Genève et Lausanne, puis j'ai obtenu mon brevet d'avocate à Neuchâtel. Avant de me lancer en tant qu'indépendante, j'ai acquis une expérience au sein d'institutions publiques et privées. Ce parcours diversifié m'a permis de développer une vision transversale du droit et une aisance dans la gestion de situations juridiques variées.

Pourquoi avoir choisi l'indépendance ?

L'indépendance me permet d'exercer mon métier de manière alignée avec mes priorités et ma conception de la profession. Dans un environnement professionnel exigeant, elle m'offre la possibilité de préserver un équilibre délicat, mais néanmoins fondamental, entre vie professionnelle, vie privée et vie familiale. Je suis convaincue que l'essentiel réside dans la cohérence entre ses choix, ses valeurs et la manière d'exercer son métier.

Comment définiriez-vous votre approche du droit ?

Je conçois le droit comme une pratique exigeante, fondée sur la rigueur, la transparence, la probité et l'indépendance. Cette exigence n'exclut pas une approche humaine des situations, bien au contraire. Mon expérience personnelle nourrit ma pratique et se

reflète dans ma manière d'aborder les situations qui me sont confiées, à travers une analyse pragmatique et une attention portée aux enjeux humains.

Comment abordez-vous les situations sensibles ou conflictuelles ?

Mon rôle est d'accompagner et de représenter mes clients en leur offrant un cadre sécurisé dans lequel ils peuvent exposer leur situation et envisager les différentes options possibles. L'écoute attentive et la construction d'une relation de confiance constituent un fondement essentiel de mon métier. Le secret professionnel garantit également un espace de confiance indispensable à l'expression des difficultés rencontrées et à l'élaboration d'une stratégie juridique adaptée.

Quelle place occupent les enjeux d'égalité dans votre réflexion professionnelle ?

Je suis sensible aux enjeux d'égalité et aux réalités vécues par de nombreuses femmes. Certaines inégalités et formes de vulnérabilité demeurent insuffisamment prises en compte, tant dans les relations de droit privé que dans la mise en œuvre du droit public. J'ai la conviction que le droit peut constituer un levier concret face à ces réalités, tout en me réjouissant d'observer une place de plus en plus affirmée des femmes dans les sphères professionnelles, économique et juridique.

ZG Avocate
Rue du Conseil-Général 8, 1205 Genève
022 320 19 78 - contact@zgavocate.ch
www.zgavocate.ch





HARSCH

The Art of Moving Forward

TOUTES LES NUANCES DU DÉMÉNAGEMENT

Déménagement | Fine art | Archivage

www.harsch.ch

L'immobilier autrement : quand la stratégie rencontre l'humain

Experte en estimations immobilières et courtière depuis près de 20 ans dans un secteur aux codes longtemps figés, Natacha Da Silva a construit son activité à contre-courant des modèles dominants, en mettant son savoir-faire au service des propriétaires et des familles dans leurs décisions les plus importantes : vendre, acheter ou valoriser un bien. Elle intervient notamment dans des situations délicates telles que successions, divorces, transmissions patrimoniales ou recherches haut de gamme, où elle propose un accompagnement discret, rigoureux et personnalisé. En privilégiant l'expertise, la méthode et le sur-mesure, Natacha défend une vision de l'immobilier fondée sur la cohérence des décisions plutôt que sur la rapidité des transactions. Une approche qui fait écho aux enjeux contemporains du leadership féminin : clarté, responsabilité et vision à long terme. Avec sa société Nid's Properties, elle propose également un service d'analyse stratégique, la « Session Clé », conçu pour clarifier et sécuriser chaque étape d'un projet immobilier.



Natacha Da Silva

Courtier et Experte en estimations immobilières
Accompagnement stratégique,
humain et sur-mesure

Votre parcours est atypique : comment ces expériences multiples vous ont-elles menées à l'immobilier ?

Rien ne me prédestinait clairement à l'immobilier, et pourtant tout m'y préparait. J'ai évolué dans des univers très différents : la réassurance, le service technique d'une régie, une manufacture horlogère, puis la cocréation d'une agence de communication. Avec le recul, chaque expérience m'a apporté une compétence qui structure aujourd'hui ma pratique : la précision technique, la gestion de situations sensibles, l'attention au détail, la compréhension fine des personnes et la capacité à percevoir ce qui n'est pas exprimé. Vu de l'extérieur, ce parcours peut sembler éclectique. En réalité, il a construit le socle exact dont j'avais besoin pour exercer ce métier avec justesse. Lorsque j'ai commencé le courtage dans une grande régie, tout a immédiatement fait sens, j'étais enfin à la croisée de ce qui me correspond vraiment : l'humain, la stratégie et l'analyse.

Votre métier est souvent associé à la vente. Vous, vous parlez de stratégie. En quoi votre approche est-elle différente ?

Parce que vendre n'est pas suffisant. Dans un marché aussi complexe que le nôtre, il faut comprendre la valeur réelle d'un bien, les risques parfois invisibles, les implications à long terme et surtout le bon moment pour agir.

Mon approche repose sur une analyse technique solide, renforcée par mon brevet d'experte en estimations immobilières mais aussi sur une lecture globale des situations. Je ne pousse jamais un client à acheter ou à vendre. Mon rôle est de l'aider à prendre une décision éclairée, celle qui protège sa trajectoire, au-delà de la simple transaction.

Vous accompagnez souvent des familles dans des moments délicats. Qu'est-ce que cela change dans votre façon de travailler ?

Dans un divorce, une succession, une expatriation ou un retour d'expatriation, l'enjeu n'est jamais uniquement immobilier : il est émotionnel, organisationnel, parfois même identitaire. Dans

ces contextes, mon rôle est à la fois stratégique et stabilisant. J'apporte de la clarté, une structure et un cadre rassurant dans des décisions qui engagent une nouvelle étape de vie. C'est un accompagnement discret, respectueux mais extrêmement rigoureux. Ces dossiers exigent autant d'expertise que d'humanité.

Quel message souhaitez-vous transmettre aux lectrices et lecteurs ?

Un projet immobilier n'est jamais une simple opération financière. C'est un moment charnière qui engage des choix de vie, des équilibres familiaux, des implications émotionnelles et parfois patrimoniales importantes. Aujourd'hui, beaucoup de personnes ne sont pas réellement seules mais elles avancent entourées d'interlocuteurs multiples, parfois mal coordonnés ou insuffisamment spécialisés. Cela crée de la confusion là où il faudrait de la sécurité. Mon rôle est d'apporter une ligne directrice claire, de rassembler les informations essentielles et d'offrir une vision cohérente du début à la fin. Un bon accompagnement ne sert pas à aller vite, il sert à avancer juste et sur des bases solides.

Justement, comment crée-t-on de la clarté dans un marché aussi complexe ?

En revenant aux faits et en comprenant les personnes. C'est toujours un équilibre entre les deux. Je m'appuie sur trois piliers : une expertise technique solide, la lecture des implications à long terme et la dimension humaine, souvent déterminante dans une décision. Mettre ces éléments en perspective permet de faire émerger une décision qui tient dans le temps : une décision appropriée pour les personnes concernées et pas seulement logique sur le papier.

NID'S PROPERTIES Sàrl

Boulevard Georges-Favon 19 - 1204 Genève

natacha@nidsproperties.ch

+41 79 948 17 17

nidsproperties.ch

Conseils, analyses et perspectives immobilières :
suivez mes insights sur LinkedIn.

linkedin.com/in/natacha-da-silva



Entreprise Positive Sàrl • Brandreport

Et si l'imperfection était la vraie harmonie ?

Dans un marché de l'emploi exigeant, le recrutement est devenu un acte stratégique autant qu'humain. Fondatrice d'Entreprise Positive, Françoise Vonmoos défend une vision du recrutement fondée sur l'écoute, la justesse des rencontres et la reconnaissance de la richesse des parcours. Ancienne dirigeante, elle a choisi en 2009 de mettre son expertise au service d'organisations attentives à leur réputation d'employeurs responsables, en créant son cabinet de conseil en management et ressources humaines. Aujourd'hui, elle accompagne entreprises et talents en matière de coaching, de recrutement, d'accompagnement stratégique et de gestion de projets RH. Pour les recrutements en finance ainsi qu'en gestion du changement et de projet, elle collabore avec un associé disposant d'une solide expérience pratique dans ces domaines.



Françoise Vonmoos

Fondatrice, Entreprise Positive Sàrl

Vous comparez souvent le recrutement à un vieux vinyle. Pourquoi cette image ?

Parce qu'un vinyle n'est jamais parfaitement lisse. Il craque parfois, dévie légèrement, surprend. Et pourtant, c'est précisément là que naît la profondeur du son. En recrutement, c'est souvent la même chose. À force de chercher le profil parfait, celui qui coche toutes les cases, on risque de passer à côté de l'essentiel : l'authenticité, l'élan, le sens.

On parle souvent du « mouton à cinq pattes » : un profil qui, en réalité, n'existe pas ! Les entreprises ont parfois tendance à ne pas suffisamment miser sur le potentiel réel des personnes. Et pour le détecter, cela passe par des entretiens approfondis, un processus bien construit, et une grande clarté sur les compétences réellement clés.

Observez-vous cela fréquemment sur le terrain ?

Oui, régulièrement. Mes mandats, dans des secteurs variés, me donnent une vision transversale du marché du travail. En entretien,

je rencontre des personnes d'une grande richesse, capables de parler avec sincérité de leur parcours, de leurs doutes comme de leurs réussites. Et pourtant, beaucoup minimisent encore leurs compétences ou la portée de ce qu'elles ont construit. Le syndrome de l'imposteur reste très présent, en particulier chez des profils pourtant solides, et souvent féminins. Aider ces talents à prendre conscience de leur valeur fait pleinement partie de mon rôle.

Quel est alors votre rôle durant les sessions de recrutement ?

J'aime créer un espace de confiance avec les personnes que je rencontre, un terrain propice au dialogue. Un espace où l'on peut relire son parcours, mettre en lumière la cohérence d'une trajectoire et reconnaître ce que l'on apporte réellement. Sans se surévaluer, mais sans s'effacer non plus. Un recrutement juste commence par la reconnaissance de ses forces, de ses expériences uniques, de ce qu'il reste encore à acquérir.

En tant que représentante d'une entreprise et d'une marque employeur, je me dois aussi de poser un cadre clair. Je me présente, je suis transparente sur le processus de recrutement et ses différentes étapes, dans un esprit de respect et de bienveillance. Je recueille les informations clés, tout en invitant les candidat·e·s à réfléchir, à se remettre en question. Je donne un maximum d'éléments sur le contexte et les enjeux du poste afin qu'ils puissent se projeter, et j'explique toujours clairement la suite du processus.

Votre approche débute aussi très en amont, côté entreprise ?

Absolument, ma mission s'amorce toujours en amont. Nous ne commençons jamais par un descriptif de poste, mais par une question simple et exigeante : pourquoi ce recrutement ? Clarifier le sens, les enjeux et la transformation attendue permet ensuite de créer des rencontres plus justes et des engagements plus durables. Selon la culture, le contexte et les objectifs à long terme de l'entreprise, on ne recherchera pas les mêmes profils. L'enjeu est de trouver la personne capable d'apporter son bagage unique et de contribuer réellement à l'évolution de l'organisation.

Quels sont, selon vous, vos points forts en tant que partenaire de recrutement ?

Avoir moi-même exercé des fonctions de direction est un véritable atout. Cela me permet de comprendre très concrètement les réalités des entreprises : la pression des décisions, les impératifs de performance, mais aussi l'impact humain d'un recrutement réussi... ou manqué. Je parle le même langage que les dirigeant·e·s, tout en restant attentive à la dimension profondément humaine des parcours.

Je me positionne comme une véritable partenaire, en accompagnant l'ensemble du processus. Je mets en valeur aussi bien les atouts des candidat·e·s que ceux du poste à pourvoir. J'aime la transparence : je décris le poste de la manière la plus objective possible, avec ses opportunités, mais aussi ses défis. Je tiens à éviter toute désillusion. On dit souvent qu'une personne nouvellement engagée décide dans les trois premiers jours si elle envisage une collaboration à long terme.

Je suis généreuse de mon temps : je mène des entretiens approfondis, je prends le temps d'expliquer aux candidat·e·s non retenus ce qui n'a pas convaincu et je leur transmets volontiers des recommandations pour leur permettre d'être plus pertinent·e·s la prochaine fois.

Et pour finir, j'évite de mettre les gens dans une case ! J'ai horreur de ces réflexions toutes faites qu'un responsable financier n'est pas créatif ou qu'une manager se montre forcément trop émotionnelle. J'aime l'art de la nuance ! Nous en avons tant besoin...

Entreprise Positive Sàrl

Françoise Vonmoos

+41 76 402 24 76

contact@entreprisepositive.ch

entreprisepositive.ch



**ENTREPRISE
POSITIVE**
CONSEIL EN MANAGEMENT ET
RESSOURCES HUMAINES

Femmes et finances : comprendre l'écart

Alors que les études montrent un écart persistant entre l'épargne et l'investissement des femmes, certaines initiatives cherchent à mieux comprendre ce décalage. Parmi elles, Ladies Bank, projet développé au sein d'ODDO BHF, propose conférences et contenus pédagogiques consacrés aux enjeux patrimoniaux.



Alix de Renty

Head of Client Coverage pour ODDO BHF Banque Privée en Suisse et co-fondatrice Ladies Bank

On ne demande pas aux femmes de devenir expertes, mais de comprendre pourquoi elles prennent une décision financière.

– Alix de Renty

Arrivée en Suisse pour développer l'activité de banque privée d'ODDO BHF, Alix de Renty poursuit également l'initiative Ladies Bank, lancée pour mieux accompagner les femmes dans la gestion de leur patrimoine. Elle revient sur les biais persistants, les besoins éducatifs et les enjeux de confiance.

Alix de Renty, pourquoi avoir lancé Ladies Bank au sein d'une banque privée ?

Lorsque j'ai commencé, je constatais un paradoxe typique : nous avons presque autant de clientes que de clients... mais les rendez-vous se faisaient majoritairement avec les hommes. Cela n'avait rien d'un manque d'intérêt de la part des femmes : l'écosystème financier leur parlait simplement moins. Le vocabulaire était technique, la documentation était adressée au conjoint par défaut, et la relation bancaire supposait un niveau de maîtrise qui n'est pas naturel pour tout le monde. L'idée de Ladies Bank est née de là : adapter la pédagogie sans changer la finance.

Vous évoquez un manque d'accès plutôt qu'un manque d'envie. Que cela signifie-t-il ?

La finance reste un domaine codifié, avec ses normes et son jargon. Beaucoup de femmes me disent : « Ce n'est pas que je n'y comprends rien, c'est que je ne sais pas quelles questions poser. » Le rôle de Ladies Bank n'est pas de créer des produits « pour femmes », cela n'aurait aucun sens, mais d'offrir un espace où les interrogations sont légitimes et où l'on part de la personne avant de parler d'investissements.

Concrètement, comment cela se traduit-il ?

Par des événements et des ateliers conçus comme des lieux de confiance. Les rencontres thématiques rassemblent une experte financière et une invitée extérieure, ce qui permet d'aborder des sujets patrimoniaux à travers des trajectoires réelles : transmission, philanthropie, transition énergétique, entrepreneuriat. Les participantes osent davantage poser des questions ou exprimer leurs hésitations. L'objectif n'est pas de vendre un produit, mais de remettre du sens dans la démarche patrimoniale.

Vous avez également développé une plateforme de contenus en libre accès. Pourquoi ?

Très vite, nous avons réalisé que l'éducation financière est un besoin large, qui dépasse nos clientes. Nous avons donc mis en place un site où plus de 600 articles sont disponibles gratuitement. Ils ont été écrits par des collaborateurs du groupe, sur la base de ce qu'ils voient au quotidien : la fiscalité d'un premier emploi, le choix d'un régime matrimonial, la détention d'une entreprise, la préparation de la retraite... Ce ne sont pas des conseils personnalisés, mais des pistes de réflexion, des clés pour comprendre ou pour préparer un entretien bancaire.

En matière d'argent, quelles différences observez-vous entre femmes et hommes ?

Ce qui revient le plus souvent, c'est le besoin de

cohérence. Les femmes épargnent beaucoup, mais investissent moins, car elles veulent d'abord clarifier leurs priorités. Elles se demandent : « Quel est mon objectif ? Quel est le risque acceptable ? Quel horizon de temps ? » Une fois ces éléments posés, elles prennent des décisions très rationnelles. À mes yeux, ce n'est pas de l'aversion au risque, mais une exigence de sens.

Vous parlez souvent de « quatre paramètres clés » pour guider une décision. Lesquels ?

Le temps, le rendement attendu, le niveau de risque supportable et la liquidité. L'investissement n'est qu'un outil au service d'un projet. Si l'on souhaite acheter un appartement dans quatre ans, on ne place pas son épargne dans des actifs bloqués sur dix ans. Si l'objectif est la retraite dans trente ans, alors oui, il est possible d'aller chercher plus de performance. Cette logique de « pochettes » aide beaucoup à structurer la réflexion.

Vos ateliers en entreprise et en université attirent aussi un public masculin. Que vous disent les participants ?

Qu'ils auraient aimé recevoir ces informations plus tôt. Les premiers sujets demandés sont toujours les mêmes : gérer un budget, comprendre un bulletin de salaire, anticiper l'impôt, organiser un patrimoine familial ou entrepreneurial. L'éducation financière continue est un enjeu global, quel

que soit le genre. La différence, c'est que les femmes expriment plus facilement qu'elles manquent parfois de repères, tandis que les hommes n'osent pas toujours le dire.

Vous êtes arrivée en Suisse récemment. Quelles spécificités observez-vous dans le rapport à l'argent ?

La culture financière y est plus présente, mais l'accès à l'information reste inégal. Ce que j'observe, en revanche, c'est une véritable curiosité. Les conférences que nous avons organisées ici ont rencontré un écho immédiat. Les femmes entrepreneures, notamment, souhaitent comprendre comment articuler patrimoine privé et patrimoine professionnel. Cela ouvre de belles perspectives pour développer Ladies Bank en Suisse.

Pour une femme qui souhaite reprendre la main sur ses finances, par où commencer ?

Par un état des lieux. Tout rassembler : comptes, contrats, épargne, crédit, prévoyance. Ensuite, établir un budget pour connaître sa capacité d'épargne réelle, puis définir ses projets de vie. Une fois cela posé, on peut affecter l'épargne dans des « pochettes » aux horizons différents. Enfin, un point souvent oublié : faire un audit de son régime matrimonial ou de son partenariat enregistré. Les conséquences patrimoniales sont majeures, et c'est un sujet qu'il faut aborder consciemment.

Quelles est votre ambition avec Ladies Bank ?

Que chacune, et chacun, car les hommes y sont aussi les bienvenus, dispose des moyens de comprendre et de décider. On ne demande pas aux femmes de devenir expertes, mais de savoir pourquoi elles font un choix financier. La transparence, la pédagogie et la confiance ne sont pas du marketing : ce sont des conditions nécessaires pour que la relation bancaire soit saine.

Interview Océane Kasonia

Brandreport • DAIMPRO

Une femme dans l'IA



Catherine Mauvais Aung
Fondatrice du projet DAIMPRO

Fondatrice du projet DAIMPRO, Catherine Mauvais Aung s'appuie sur trois décennies d'expérience en opérations, innovation et transformation, notamment dans les secteurs de la santé et des sciences de la vie. Elle accompagne les organisations dans la mise en œuvre structurée de l'intelligence artificielle : cadrer les priorités, sécuriser les fondations (données et gouvernance), aligner les équipes et la culture, et déployer l'IA à l'échelle de l'organisation. Rencontre avec une femme inspirée et inspirante, engagée pour une IA utile, responsable et accessible.

Pourquoi avoir créé DAIMPRO et dans quel but ?

J'ai créé DAIMPRO à partir d'un constat récurrent, observé au cœur d'organisations complexes : l'IA génère de fortes attentes, mais peu sont réellement structurées pour la transformer en décisions et en résultats tangibles et durables. Dans les organisations, l'IA agit comme un révélateur des fragilités existantes, ex : gouvernance,

priorisation, capacité d'exécution. Sans cadre clair, elle accentue la dispersion plutôt que la valeur. DAIMPRO est né de cette conviction forgée sur le terrain : aider les organisations à créer les conditions nécessaires pour déployer une IA utile, maîtrisée et réellement intégrée à leur réalité opérationnelle.

Quelles étapes clés de votre parcours vous ont conduite à fonder DAIMPRO ?

Ma carrière ne s'est pas inscrite dans une trajectoire linéaire. Elle s'est construite au fil de responsabilités exercées dans des environnements complexes et internationaux, à l'intersection de la stratégie, des opérations et de la technologie. Après un début dans le conseil, j'ai occupé différentes fonctions en finance, achats et pilotage de portefeuille, notamment chez Nestlé et Ferring, où j'ai contribué à des transformations de grande ampleur. Chez Ferring, j'ai ensuite créé et dirigé un Global Innovation Lab, développant une approche intrapreneuriale de l'innovation au service d'un impact concret en santé. Cette dynamique s'est prolongée chez Mediclinic, où, avec mes équipes, nous avons piloté des initiatives de transformation digitale avec un objectif clair : améliorer l'expérience des patients, des médecins et des équipes soignantes. Ces expériences m'ont confrontée très directement aux enjeux d'adoption, de gouvernance et d'exécution dans des organisations fortement opérationnelles. Elles ont naturellement conduit à la création de

DAIMPRO, à un moment où l'IA représente un tournant majeur pour les organisations.

Quelle est la mission principale de DAIMPRO et à quel besoin concret répond-elle aujourd'hui ?

La mission de DAIMPRO est d'aider les organisations à structurer leur approche de l'IA afin d'en faire un levier concret de performance, de croissance, de décision et de transformation durable. Si le potentiel de l'IA est aujourd'hui largement reconnu, beaucoup d'organisations peinent encore à dépasser l'expérimentation ponctuelle et à transformer cette promesse en résultats mesurables. DAIMPRO répond à ce besoin en apportant un cadre clair, progressif et opérationnel. La démarche débute par un diagnostic en self-service, qui permet de clarifier le point de départ, les priorités et les zones de risque. Elle se prolonge ensuite par des modules d'approfondissement, mobilisables individuellement ou collectivement, pour structurer une trajectoire IA cohérente, alignée avec la stratégie et les réalités opérationnelles. L'accès est simple pour permettre de découvrir la plateforme, tester l'interface et engager les premières réflexions, sans barrière d'entrée ni complexité inutile.

Comment envisagez-vous le développement futur de DAIMPRO et l'expansion de vos services ?

DAIMPRO se développe dans la continuité de ce qui a toujours guidé mon parcours : partir des

besoins clients, des décisions concrètes à prendre et des contraintes réelles des organisations, en restant attentifs aux évolutions du marché. Notre ambition est simple : permettre aux dirigeants et à leurs équipes d'avancer avec l'IA de manière claire, pragmatique et utile. Le développement commence en Suisse, avec une plateforme encore en phase bêta, pensée pour évoluer au contact des usages et des retours terrain. En parallèle, nous constituons progressivement une équipe et un réseau de partenaires partageant la même exigence. À plus long terme, notre ambition est de faire de DAIMPRO un standard de référence pour structurer les transformations digitales et IA au sein des organisations. Dans un second temps, DAIMPRO s'ouvrira à l'international. Ce qui nous motive profondément, c'est d'aider les organisations à passer de l'intention à l'action et de voir leurs équipes gagner en clarté, en confiance et en impact dans leur manière d'aborder l'IA.

Plus d'informations sur
daimpro.com



Et si l'humain redevenait central dans la vente ?

Placer l'humain au cœur de la performance commerciale : c'est la conviction profonde de Stéphanie Borloz, fondatrice de SBG Consulting. Depuis 2017, elle accompagne dirigeants, équipes de vente et entrepreneurs vers une croissance durable, fondée sur la relation, l'écoute et l'engagement. Rencontre avec une consultante qui réinvente la vente avec le cœur.



Stéphanie Borloz
Fondatrice de SBG Consulting

Stéphanie Borloz, vous avez fondé SBG Consulting en 2017. Pourquoi avoir quitté le monde de l'entreprise pour entreprendre ?

SBG Consulting est un peu mon troisième bébé. J'ai lancé mon entreprise après la naissance de ma deuxième fille, à un moment où je ne trouvais plus de sens dans le monde corporate. J'avais fait le tour de mes fonctions et surtout, j'avais occupé pratiquement tous les métiers du commerce : acheteuse, category manager, merchandiser, responsable grands comptes, coach interne... Cela m'a permis d'avoir une vision à 360° du développement commercial.

Je me suis rendu compte que les grandes structures étaient très bien outillées, mais que les petites entreprises, les startups et les PME, souvent passionnées et expertes dans leur domaine, ne savaient pas se vendre. En Suisse, la vente reste parfois mal perçue. C'est de ce constat qu'est née SBG Consulting.

Notre approche repose fortement sur l'humain. Pourquoi est-ce si central selon vous ?

Parce que la vente n'est pas un acte isolé, c'est une relation. Derrière chaque transaction, il y a des personnes, des émotions, des besoins. J'ai toujours travaillé avec cette idée : anticiper les attentes, écouter réellement, ne pas imposer une méthode mais co-construire avec le client. Pour moi, il ne s'agit pas de « faire de la vente », mais d'accompagner des personnes à mieux acheter, à faire des choix éclairés. C'est ce changement de posture qui rassure, fidélise et crée une croissance durable.

Vous parlez souvent de « démystifier la vente ». Que voulez-vous dire par là ?

Beaucoup de dirigeants ou de créateurs d'entreprise vivent la vente comme une contrainte, voire quelque chose de négatif. Or, tout entrepreneur est un vendeur, qu'il le veuille ou non. J'essaie de redonner ses lettres de noblesse à ce métier, de montrer qu'on peut vendre avec plaisir, avec éthique et avec le cœur. Quand on crée une relation de confiance, qu'on comprend vraiment son client, la vente devient presque une conséquence naturelle.

Quel est le plus grand défi des entreprises aujourd'hui selon vous ?

Recréer du collectif. On vit dans l'immédiateté, tout est digitalisé, individualisé. On a perdu le plaisir de travailler ensemble. Et ça se paie cher : dans le retail, les clients sont déçus et les équipes sont fatiguées. Mon obsession, c'est de redonner ce plaisir. Parce qu'une équipe qui s'amuse, qui se sent valorisée et qui partage une vraie mission commune, elle n'a pas besoin d'être poussée : elle performe naturellement.

Comment se traduit concrètement votre accompagnement « à la carte » ?

Chaque entreprise est différente : son métier, ses clients, son rythme, ses valeurs. Je commence toujours par une phase d'immersion pour comprendre l'ADN, la mission



Quand on crée une relation de confiance, qu'on comprend vraiment son client, la vente devient presque une conséquence naturelle.

– Stéphanie Borloz,
Fondatrice de SBG Consulting

et l'« étoile polaire » qui a poussé le dirigeant à se lancer. Ensuite, j'interviens soit sur le développement commercial et la prospection, soit sur la formation des équipes de vente et des managers, soit comme ambassadrice ponctuelle auprès de partenaires stratégiques. Mon rôle est autant stratégique qu'opérationnel.

Depuis 2021, vous avez développé de nombreux workshops et formations. Pourquoi la transmission est-elle devenue si importante pour vous ?

La transmission est devenue une évidence. J'ai vu que mes méthodes fonctionnaient sur le terrain, que les équipes gagnaient en confiance et en efficacité. Aujourd'hui, j'ai formé plus de 6000 personnes, en présentiel ou à distance.

La formation est un outil extrêmement puissant : elle valorise, responsabilise et redonne du sens. Voir des personnes former à leur tour leurs équipes, appliquer ce qu'elles ont appris et en récolter les bénéfices est une immense satisfaction.

Selon vous, quelle est l'erreur la plus fréquente des entreprises dans leur développement commercial ?

Ne pas prendre le temps de connaître leurs clients. Aller sur le terrain, observer, écouter, comprendre

les comportements, anticiper les tendances... Beaucoup restent enfermés derrière leur écran et oublient l'essentiel : exister réellement auprès de leur clientèle. La stratégie ne demande pas forcément plus de temps, mais plus de recul et de curiosité.

Qu'est-ce qui vous motive chaque matin à poursuivre cette aventure entrepreneuriale ?

Les retours du terrain. Le feedback des équipes, la gratitude des dirigeants, la preuve concrète que cette approche humaine fonctionne. Aujourd'hui, je me sens alignée, légitime et portée par une énergie très positive. Si je devais résumer SBG Consulting en une phrase : remettre l'humain au centre pour créer des relations sincères, performantes et durables.

Interview **Océane Kasonia**



Et vous, où en est votre développement commercial ?

Vous maîtrisez votre métier, mais la vente reste un point sensible ou un potentiel demeure inexploité. La solution n'est pas plus d'outils, mais la bonne posture, une approche humaine et une méthode claire.

Échangeons 30 minutes, sans engagement

Plus d'informations :
sbgconsulting.ch



Unique Pathways • Brandreport

L'art du leadership au féminin

Et si le véritable leadership commençait par un travail intérieur ?



Nathalie Baron
Coach et formatrice certifiée

Prendre les commandes de sa vie professionnelle, en entreprise ou dans un projet entrepreneurial, reconnecter aspirations et confiance en soi pour oser un leadership aligné et affirmé : c'est ce que propose Nathalie Baron à travers son entreprise de coaching, Unique Pathways. Coach et formatrice certifiée, elle intervient depuis près de 20 ans auprès de managers, cadres et dirigeants, en particulier des femmes, pour leur permettre de développer leurs talents, leur présence et leur impact.

Nathalie Baron, vous avez créé Unique Pathways en 2016. De quel constat êtes-vous partie pour proposer cette structure dédiée au leadership au féminin ?

Avant de créer Unique Pathways, j'ai travaillé de nombreuses années comme formatrice dans de grandes entreprises, auprès de managers et de cadres, sur des thématiques liées aux soft skills et au leadership. Très souvent, à la fin des formations, ce sont des femmes qui venaient me voir en aparté. Elles me confiaient leurs doutes, leurs questionnements ou des situations qu'elles n'osaient pas toujours aborder ouvertement dans des environnements très masculins. Et c'est toujours le cas : dans le monde de l'entreprise, ce paradigme masculin auquel nous, les femmes, nous conformons est encore très présent et pesant.

Je me reconnaissais profondément dans leurs récits, car j'avais moi aussi été confrontée au fameux plafond de verre. J'ai alors compris qu'il manquait un espace : un accompagnement permettant aux femmes de réfléchir à leur posture, à leur identité professionnelle et à leur manière d'exercer leur leadership, sans avoir à se conformer à un modèle qui ne leur correspondait pas ni sacrifier ce

qui est important pour elles. J'ai eu envie d'être leur alliée pour qu'elles osent des carrières à la hauteur de leurs ambitions. J'ai aussi à cœur d'être une intermédiaire qui met en lumière les biais cognitifs pour ouvrir de nouvelles perspectives : les femmes doivent se réapproprier leur différence. C'est ainsi qu'est née Unique Pathways.

Quels sont les préjugés et idées reçues qui entravent encore la vie professionnelle des femmes leaders ?

Je pense qu'il est temps de mettre l'archétype de la « Superwoman » à la retraite. Cette figure de la femme capable de tout gérer – carrière, famille, responsabilités – en restant performante en permanence est une illusion. En réalité, ce modèle pousse de nombreuses femmes à carburer à l'adrénaline, à s'auto-exiger toujours plus et à nourrir une critique interne très forte, au détriment de leur énergie, de leurs relations, de leur santé et de leur confiance en elles.

Le leadership au féminin n'est ni une posture d'opposition ni une version édulcorée du leadership. C'est un chemin de réappropriation qui permet d'allier présence, puissance et humanité, sans s'épuiser ni se renier. C'est cette approche qui permettra de dépasser les idées reçues et les obstacles à l'évolution professionnelle des femmes.

Quelles sont les approches spécifiques que vous proposez au sein d'Unique Pathways ?

Mon approche est centrée sur le self-leadership et la marque personnelle, en proposant une dynamique qui allie clarté intérieure, identité professionnelle et posture de leadership. Je commence toujours par un travail sur le mindset pour permettre aux femmes de retrouver leur puissance personnelle et la reconnexion à leur Leader intérieure : cette part d'elles qui porte une ambition juste, alignée, et donne une direction claire. À partir de cette énergie intérieure, je propose d'aller explorer et révéler leur marque personnelle : retrouver la connexion à leur valeur unique et singulière. Je dis toujours qu'au cœur d'une carrière épanouissante et impactante, il y a la vibration d'une énergie particulière : celle de notre Marque Signature. Révéler cette marque, ce n'est pas se mettre en avant, mais apprendre à exprimer qui l'on est, avec alignement et sens, dans son rôle professionnel.

Intervenez-vous également en entreprise ?

Oui, tout à fait. J'interviens régulièrement en entreprise, auprès de leaders, de managers et de cadres, sur des thématiques de self-leadership, de posture managériale et de leadership authentique. Mes interventions prennent la forme d'accompagnements individuels, d'ateliers, de formations ou de dispositifs sur mesure, en français ou en anglais.

Mon approche s'adapte aux contextes organisationnels et aux enjeux collectifs. Elle vise à renforcer la présence, la clarté et la solidité intérieure des leaders afin qu'ils puissent exercer leur rôle avec justesse, impact et cohérence.

Pourquoi est-il important d'avoir des objectifs de carrière clairs et ambitieux ?

Il n'y a pas d'obligation : chacune est libre d'occuper la position qu'elle souhaite. Mon rôle est avant tout d'accompagner des femmes qui viennent à moi et qui nourrissent une ambition. Une ambition altruiste, au service de quelque chose de plus grand : un projet, une mission, un rôle... Nous avons toutes en nous une ambition enfouie. C'est notre étoile polaire, notre nord : une direction intérieure qui guide, même lorsque le chemin n'est pas encore totalement clair. Une ambition n'est pas nécessairement un objectif figé ; c'est avant tout une intention. Lorsqu'elle est reliée à la Leader intérieure, elle devient un moteur puissant et apaisé, plutôt qu'une source de pression.

Vous utilisez notamment des archétypes dans votre accompagnement. De quoi s'agit-il ?

J'utilise des archétypes de leadership comme des repères de posture. Ils permettent de comprendre qu'un leadership incarné est pluriel : savoir quand affirmer une direction, quand inspirer, quand décider ou quand soutenir. Ces repères offrent un langage simple et concret pour ajuster sa posture en fonction des situations professionnelles, sans s'enfermer dans un rôle unique.

Comprendre cette pluralité permet de gagner en liberté intérieure, en confiance et en justesse dans l'exercice de son leadership. C'est ça, l'art du leadership au féminin !

Comment solidifier et concrétiser une démarche de création d'entreprise, et par où commencer ?

J'accompagne souvent des femmes qui cherchent à changer de cap : évoluer, se réinventer ou concevoir un projet d'entrepreneuriat... J'arrive avec un regard neuf et sans à priori. Je pars de leurs envies et de leurs frustrations, et j'arrive à voir au-delà de ce qu'elles ne perçoivent pas encore. Je leur propose alors de construire les fondations de leur projet à partir de leurs aspirations, de leur Pourquoi et des ingrédients de leur marque personnelle. Cette approche permet un vrai alignement et la confiance nécessaire pour se mettre en mouvement.

Quelle est votre plus grande force en tant que coach-formatrice ?

On me dit souvent que ma force réside dans ma capacité à créer un espace de confiance et de clarté, avec bienveillance et générosité. J'ai moi-même occupé des fonctions managériales et évolué dans des environnements internationaux exigeants. Cela me permet de comprendre les réalités du terrain, mais aussi les tensions intérieures que vivent de nombreuses femmes professionnelles.

Je suis aussi de nature positive et enthousiaste, et j'ai cette capacité de croire dans le potentiel de mes clientes pendant qu'elles apprennent à croire en elles. Beaucoup de mes clientes arrivent en disant qu'elles n'ont « rien de spécial », alors qu'elles ont plein de talents ! Peu à peu, la vision s'éclaire, la confiance s'ancre, la critique interne s'apaise et le plaisir réapparaît. Elles se sentent plus alignées, plus légitimes et à leur juste place. Et surtout, elles se sentent prêtes à oser des projets porteurs de sens et à jouer grand !

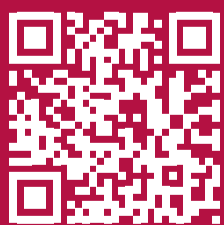
Plus d'informations sur :
uniquepathways.ch



Quel est mon destin ?

Quel est mon choix ?

Commandez
notre guide
gratuit sur les
testaments



Personne ne sait ce que l'avenir nous réserve.
Mais vous pouvez décider ce que vous laissez derrière
vous. Par exemple, en rédigeant un testament
en faveur des personnes en situation de handicap.
proinfirmis.ch/guide ou tél. 058 775 26 88

Bénévolat Vaud accompagne, forme et soutien les femmes qui s'engagent pour des causes d'intérêt général en créant des associations. Découvrez le parcours de Sandra Manini qui a cofondé une association pour répondre à un enjeu de santé mentale majeur.

Qu'est-ce qui vous a motivée à créer Kerma, une association dédiée au soutien des personnes en burnout ?

L'association Kerma est née pour combler un vide. J'ai cofondé ce dont j'aurais eu besoin lors de mon burnout en 2020. Confrontée à une absence totale de structures dédiées à cette problématique, j'ai traversé cette période d'épuisement profond avec pour seuls soutiens des rendez-vous ponctuels de psychothérapie et des recommandations générales et inapplicables dans mon quotidien. Mon état s'est aggravé et c'est dans le cadre d'une hospitalisation que j'ai enfin pu bénéficier d'une prise en charge globale et pluridisciplinaire qui a été déterminante dans mon rétablissement.

Une fois remise sur pied, l'évidence s'est imposée : créer la structure qui m'avait tant manqué. Le burnout prenait une ampleur croissante dans notre société et j'ai rencontré un écho immédiat auprès de personnes très motivées. En février 2023, avec une formidable équipe engagée, nous avons fondé l'association Kerma.

Basée sur une recherche approfondie qui nous a permis d'identifier les besoins concrets des personnes concernées, notre association offre un accueil, des entretiens individuels ainsi que des ressources ciblées et des partenariats thérapeutiques. L'objectif est d'accompagner les personnes dans toutes les dimensions de leur vécu, en tenant compte du contexte général. Notre prise en charge est adaptée aux réalités des burnout professionnels, parentaux et des proches aidant.es.

Dans une optique de prévention, Kerma a également développé un catalogue de prestations à destination des entreprises et organisations afin de contribuer à des environnements de travail plus attentifs à la santé mentale.

Quels ont été les principaux défis et quels soutiens ont été déterminants pour faire émerger le projet ?

Créer et faire vivre une association demande du temps, beaucoup d'énergie, un travail d'équipe solide et de nombreuses compétences. Malgré la motivation, l'ambition et le professionnalisme de l'équipe, nous ne disposions pas, au départ, de toutes les compétences requises. Dès les premières étapes, nous avons fait appel aux prestations de Bénévolat Vaud. Les documents en ligne, les formations et les consultations nous ont permis de clarifier les démarches nécessaires pour créer et développer l'association sur des bases solides.

Kerma repose en grande partie sur l'engagement bénévole, largement porté par des femmes. Quelles sont leurs motivations ?

Au cœur du projet Kerma, nos bénévoles incarnent l'esprit et la chaleur humaine du lieu. Via la plateforme www.benevol.jobs.ch, nous avons recruté et rencontré des femmes remarquables et très engagées. Leur engagement est souvent animé par le désir de donner du sens à leurs actions et de transformer leur expérience en ressource pour les autres.

La surreprésentation des femmes dans l'engagement bénévole reflète une répartition inégale des rôles liés au soin et à l'attention portée aux autres encore largement attribués aux femmes. Cette inégalité des

rôles est si profondément intériorisée qu'elle continue de s'exprimer jusque dans l'investissement bénévole librement choisi.

Comment faire évoluer le regard porté sur le burnout en Suisse, et quelles sont les prochaines étapes pour Kerma ?

Le burnout nous concerne collectivement et ne devrait plus être perçu comme une honte ou un échec individuel. Il s'agit d'une problématique de santé publique aux conséquences humaines, sociales et économiques importantes. Il est essentiel de la reconnaître comme telle et d'y apporter des réponses structurelles.

"Le burnout nous concerne collectivement et ne devrait plus être perçu comme une honte ou un échec individuel."
Sandra Manini



kerma
www.association-kerma.ch

Aujourd'hui, des personnes de toute la Romandie font appel à Kerma, ce qui témoigne de l'ampleur des besoins et du manque de dispositifs adaptés. Notre ambition est de pouvoir ouvrir des lieux dans différents cantons romands. Dans cette perspective, le soutien des pouvoirs publics et des donateurs constitue un levier essentiel pour le développement et la pérennité de l'association.

Bénévolat Vaud

Informations, orientation, conseils et formations.

N'hésitez pas à contacter l'association Bénévolat Vaud pour être soutenu dans votre engagement : 021 313 24 00, info@benevolat-vaud.ch

Fondation ART-THERAPIE • Brandreport

Rendre en retour ce qu'on a reçu : la philosophie de Charlotte Leber

De la création d'entreprises à la direction de projets bancaires, Charlotte Leber a toujours suivi son esprit d'initiative. Aujourd'hui, elle consacre cette même énergie à la Fondation ART-THERAPIE, où elle fait entrer l'art au cœur des hôpitaux suisses. À travers cette interview, elle montre qu'il n'est jamais trop tard pour s'engager dans des causes concrètes et positives pour la société.



Charlotte Leber
Fondatrice de la Fondation ART-THERAPIE

Charlotte Leber, pouvez-vous nous raconter ce qui vous a amenée à fonder la Fondation ART-THERAPIE ?

J'ai toujours eu un esprit d'entrepreneur. À 30 ans, j'ai créé ma première société de communication, puis à 33 ans la deuxième. À 47 ans, j'ai accepté le défi de créer un département de communication d'une banque importante. Parallèlement, pendant quelques années, j'ai été membre d'un Conseil de fondation pour la recherche des maladies du sang. J'ai cependant constaté que je souhaitais davantage m'investir dans des actions aux effets immédiats et visibles.

C'est pourquoi, pendant ma pré-retraite, j'ai voulu rester active en continuant le projet que j'avais initié dans mon dernier poste à la banque, où j'avais également fondé une initiative philanthropique.

Quel a été votre premier contact avec l'art-thérapie ?

C'était en 1999, lors d'une demande de financement d'un projet pilote d'art-thérapie au sein du service pédiatrique des HUG. Cela me semblait une belle opportunité, à la fois pour intégrer le personnel de la banque et créer une action de solidarité au-delà des critères sociaux. Par la suite, j'ai entamé une collaboration avec quatre autres hôpitaux en Suisse, dans les villes où la banque était présente.

En quoi votre parcours personnel ou professionnel a influencé votre engagement dans ce domaine ?

Dès le début, cet engagement m'a passionnée. J'ai aimé initier des projets pilotes sur une voie encore

inconnue et avec un énorme potentiel de succès. Ceci a en outre créé une belle solidarité parmi les 2000 collaborateurs et beaucoup d'intérêt dans les médias.

Comment définiriez-vous l'art-thérapie pour quelqu'un qui n'en a jamais entendu parler ?

L'art-thérapie est un terme générique utilisé pour désigner les formes de thérapie à orientation psychothérapeutique qui travaillent avec des moyens créatifs et artistiques, tels que la thérapie plastique et picturale, la musique, la danse ou encore la dramathérapie.

Quels sont, selon vous, les plus grands bénéfices de l'art-thérapie ?

Comme le démontrent de plus en plus d'études scientifiques (WHO) et les recherches, ces thérapies douces et non invasives favorisent et accélèrent le processus de guérison. Elles ont un effet positif à long terme en améliorant les conditions de vie des patients bien au-delà du séjour hospitalier. Les bénéfices sont également importants pour leurs familles.

Quels sont les principaux objectifs de la Fondation aujourd'hui ?

La Fondation cherche à assurer la réalisation et la qualité des séances de thérapie plastique et picturale et de musicothérapie pour les enfants et les adolescents hospitalisés en Suisse. Nous travaillons également à augmenter la reconnaissance de l'art-thérapie dans les milieux médicaux et auprès du grand public, et à encourager les échanges entre tous les acteurs dans le cadre de nos projets d'art-thérapie. Enfin, nous œuvrons pour la reconnaissance de l'art-thérapie en tant que thérapie hautement efficace et donc remboursée par l'assurance maladie.

Dans combien d'hôpitaux êtes-vous actifs et avec quels types de patients ?

Actuellement nous sommes présents dans douze hôpitaux pédiatriques avec treize programmes en néonatalogie, soins intensifs, oncologie, chirurgie et pédopsychiatrie. La santé mentale des jeunes constitue en effet un enjeu actuel majeur, pour lequel l'art-thérapie peut représenter une solution.

Comment se déroule concrètement une séance d'art-thérapie en milieu hospitalier ?

Les équipes soignantes des services concernés indiquent aux art-thérapeutes pour quels patients une séance est recommandée. Si l'enfant est réceptif, l'art-thérapeute l'accompagne par le dessin ou la musique. Il s'agit d'une communication non verbale et sans jugement : là où il est difficile de mettre des mots, la communication se fait par l'intermédiaire de l'art ou la musique. Ainsi, l'art-thérapeute remarque souvent chez l'enfant des aspects que le personnel soignant ou le médecin ne voient pas, entre autres parce qu'ils n'ont pas le temps d'observer le patient.

Quels sont les défis pour intégrer durablement l'art-thérapie dans le système de santé ?

Ces thérapies gagnent en reconnaissance. Malheureusement, les hôpitaux suisses sont soumis à une forte pression des coûts et ne sont pas en mesure de financer entièrement ces thérapies. La situation financière est particulièrement précaire, notamment en pédiatrie. De plus, notre fondation est dépendante de donations institutionnelles et privées, puisqu'elle ne dispose pas de capital propre et n'est pas soutenue par les pouvoirs publics.

Comment percevez-vous l'évolution de l'art-thérapie en Suisse et à l'international ?

Aujourd'hui, la formation en art-thérapie est reconnue par un diplôme au niveau fédéral. Il existe aussi un Master en musicothérapie.

Au niveau de la demande, nous sommes de plus en plus sollicités, non seulement par les hôpitaux mais aussi par les centres médicaux pour patients de toute âge et avec toutes sortes de pathologies. Cependant, la reconnaissance de l'art-thérapie est encore difficile dans de nombreux pays européens, faute de moyens financiers. En récompense pour le travail professionnel et la gestion transparente de l'activité, la Fondation ART-THERAPIE a reçu le label de qualité Zewo en 2023.

Si vous aviez un message à adresser aux patients, familles ou soignants, quel serait-il ?

L'art-thérapie touche les jeunes patients là où les

injections et les médicaments n'y arrivent pas. Une maladie grave ou un accident affecte une personne dans toutes les facettes de son être : physiquement, émotionnellement et psychiquement. Pour les jeunes patients hospitalisés et leurs familles, un séjour à l'hôpital est un événement particulièrement marquant, souvent douloureux. Aux différentes interventions médicales, s'ajoutent la peur de l'inconnu, les douleurs, l'éloignement des proches, le tout dans un environnement aseptisé, peu familier et changeant. Pour les parents, aussi, l'hospitalisation de leur enfant est synonyme de souffrance : ils se sentent impuissants et s'en veulent souvent. Dans ce genre de situations éprouvantes, les thérapies par l'art constituent un contrepois décisif.

Interview Léa Stocky

FAITES UN DON



IBAN
CH29 0900 0000 1273 1551 9



FONDATION ART-THERAPIE
Créer pour guérir | Kreativität hilft heilen | Creare per guarire

Rue de Beaumont 11,
CH-1206 Genève

info@arttherapie.org

www.arttherapie.org
www.linkedin.com/company/fondationarttherapie
www.instagram.com/fondationarttherapie
www.facebook.com/arttherapie.org



GLOWWATM

HAIR FOOD



10% de réduction avec le code
"bonjour10"



Disponible dans des salons de coiffure sélectionnés en Suisse et sur glowwa.ch