

WIR *info*

12/2023

Le magazine des PME suisses



**Ils déplacent
des montagnes**

*Voici 80 ans que la famille Stecher pose des jalons
en matière de négoce, d'extraction et de façonnage de pierre naturelle*

Besoin de conseils?

L'équipe Conseils et Réseau WIR se tient à votre disposition

Banque 

EDLES GOLD

IN VERSCHIEDENEN FARBEN MIT FUNKELNDEN DIAMANTEN



AB CHF 4400.-

Rhomberg

Aarau, Amriswil, Arbon, Bad Ragaz, Basel, Bern, Biel,
Brig, Buchs, Luzern, Lyss, Marbach, Mels, Olten, Seewen,
Solothurn, Stans, St. Gallen, Sursee, Thun, Visp, Wil,
Winterthur, Würenlingen, Zug, Zürich | rhomberg.ch

**100%
WIR**
auf das
gesamte
Sortiment

Jetzt
mit der
WIRpay
App
bezahlen





Gratuit

Éditorial

Un bon conseil n'est pas forcément coûteux: c'est effectivement ce que vous propose l'équipe Conseils et Réseau WIR qui vous conseille gratuitement.

Chères lectrices, chers lecteurs,

Dans la présente édition de fin d'année, nous vous présentons trois entreprises. Deux d'entre elles n'ont adhéré que très récemment au système WIR – les sociétés Waldfleisch GmbH et Sonar GmbH – alors que la troisième est une participante WIR active depuis la fin des années 40 du siècle dernier. Il est question de la maison Emilio Stecher AG à Root. Une PME familiale typique, fondée par le grand-père de l'actuel directeur Emilio Stecher. Emilio Stecher senior, pour être précis, car conformément à la tradition familiale, son fils aîné se prénomme également Emilio. Cependant, ce spécialiste de la pierre naturelle se distingue non seulement par son sens de la famille mais également par un esprit d'équipe très développé: «En principe, chacun de nos 40 collaborateurs est également un membre de la famille parce qu'il fait littéralement partie de l'équipe Stecher.» En effet, il n'y a qu'avec des spécialistes travailleurs et motivés que l'on arrive à progresser et à fournir quotidiennement des prestations de pointe (p. 6).

La société Waldfleisch GmbH est de taille nettement plus modeste, mais n'en est pas moins familiale et motivée. Pour cette entreprise en pleine phase de lancement, le

recrutement de nouveaux clients et de nouveaux canaux de distribution représente sa principale tâche actuelle. Le système WIR et le savoir-faire de l'équipe Conseils & Réseau constituent deux pièces d'un même puzzle. Elles ont permis de mettre en contact les deux sociétés Waldfleisch GmbH et Sonar GmbH. Cette dernière, spécialisée dans le télémarketing, a réussi à trouver de nouveaux canaux de distribution pour les produits à base de gibier de Waldfleisch. Lisez donc l'histoire de ce joli succès à partir de la page 16!

Auriez-vous également une demande que vous désirez soumettre à l'équipe Conseils & Réseau WIR? N'hésitez pas à appeler le centre de conseil de la Banque WIR (voir p. 22). Il vous mettra en contact avec l'un des huit collaborateurs de l'équipe (voir à partir de la p. 23).

L'ambiance était également très familiale lors de la Rencontre d'automne au Centre des Congrès KKL de Lucerne où 835 bailleurs de fonds ont pu passer une matinée truffée d'informations intéressantes (p. 28). Les rejoindrez-vous en 2024?

Daniel Flury
Rédacteur en chef

«La cave à vin idéale.»

Armoire à vin CAVA 1900 DUAL
par sonnenkoenig.ch

699 CHW
100% WIR
y c. TVA
et livraison

wir.ch/wirpromotion

Prêt à déguster!



Vous aimez déguster le vin à bonne température? Servir toujours un bon cru aux invités? Optez pour la CAVA DUAL 1900 avec réglage de température bi-zones et sa capacité de stockage généreuse. Le chais parfait.

L'offre WIRpromo de Sonnenkönig vient à point nommé pour ceux qui aiment déguster un bon vin à la maison. La CAVA 1900 DUAL conserve blancs et rouges à bonne température toute l'année. Dotée d'un compresseur extrêmement silencieux, elle protège les bouteilles contre l'humidité et le rayonnement UV grâce à son isolation.

Occasion à saisir: la CAVA 1900 DUAL pour **699 CHW**. Une offre imbattable!

Partenaire WIRpromo

Sonnenkönig fabrique des chauffages à infra-rouge depuis sa création en 1957. Aujourd'hui, sa gamme de produits englobe tout ce qui touche au chauffage, à la réfrigération, aux appareils électroménagers et aux équipements de cuisine. Sonnenkönig est devenu un symbole de précision et de qualité suisse.

CAVA 1900 DUAL, prix régulier 999 CHF promo à 699 CHW, y c. TVA et livraison. Profitez et économisez!

Atouts

- capacité: 19 bouteilles
- régulation bi-zones: 5°-18° C / 10°-18° C
- commande tactile et éclairage intérieur

Qualités

- boîtier en acier inoxydable
- compresseur silencieux: 41 db(A)
- verrouillable
- vitre avec filtre anti-UV
- dégivrage automatique
- rayons en hêtre

Spécifications techniques

- puissance: 90 W
- finition: noir-argent
- dimensions: 29,5 x 88 x 57 cm
- poids: 32 kg
- câble d'alimentation 1,7 m



Sommaire

Page 6

Voici déjà quatre générations que l'entreprise familiale Emilio Stecher AG est une spécialiste de la pierre naturelle. Son assortiment comporte toutefois également du grès cérame, les pierres artificielles et de nouvelles applications telles que les revêtements minéraux sans joint. Avec son propre système de façade breveté Stoneface, l'entreprise a prouvé qu'il était encore possible de faire preuve d'innovation dans cette branche millénaire.



Page 16

Trouver de nouveaux clients pour le système WIR et conseiller les clients existants pour toute question relative au système WIR: voilà la tâche dévolue à l'équipe Conseils & Réseau WIR. Ce travail implique de mettre en contact des clients entre eux pour qu'ils en tirent mutuellement un bénéfice. C'est ce dont ont profité les deux sociétés Waldfleisch GmbH et Sonar GmbH.

Page 28

L'ancien professionnel de cyclisme sur piste Franco Marvulli et le directeur du Tour de Suisse Olivier Senn étaient les invités de la Rencontre d'automne de la Banque WIR. Les 835 bailleurs de fonds – un nouveau record – ont pu obtenir de première main quelques aperçus de la Banque WIR et ont bénéficié d'un divertissement de tout premier plan assuré par la pianiste boogie-woogie Ladyva.



6 Ils font rouler les pierres
Emilio Stecher AG, Root (LU)

16 Vous faut-il des conseils?
L'équipe Conseils & Réseau WIR

27 CEO-Corner
La certitude de travailler avec la bonne banque

28 Roues. Rhythme. Rendement.
Rencontre d'automne 2023

34 Versements de prévoyance et délais d'ici à la fin de l'année

35 Un support publicitaire bien sympathique
Working Bicycle

36 L'esprit d'entreprise et Noël
Rubrique de Karl Zimmermann

40 144 pages de «Faszination WIR»

41 Nouveaux participants WIR

43 Bienvenue au WIR-Network

58 Délais de remise d'annonces

70 Impressum

71 Emplacements de la Banque WIR et réseaux sociaux

72 Possibilités publicitaires dans le réseau WIR

74 Prix des annonces

Emilio Stecher avec ses fils Emilio junior et Elio Stecher (à dr.).
Photos: Paul Haller, swissphotoworld.ch



La beauté pour l'éternité

Les pierres naturelles de la maison Emilio Stecher AG, Root

Voici déjà quatre générations que l'entreprise familiale Emilio Stecher AG est une spécialiste de la pierre naturelle. Son assortiment comporte toutefois également du grès cérame, des pierres artificielles et de nouvelles applications telles que les revêtements minéraux sans joint. Avec son propre système de façade breveté Stoneface, l'entreprise a prouvé qu'il était encore possible de faire preuve d'innovation dans cette branche millénaire.

Au «petit coin», entièrement revêtu de marbre de Carrare, on pourrait se croire dans une villa de grand luxe, dans un temple exclusif de détente et de remise en forme ou dans un grand hôtel de haut standing; pourtant, on se trouve tout simplement dans les W.-C. pour collaborateurs de la maison Emilio Stecher AG, dans le petit bourg lucernois de Root. Ce qui sert également de pièce de référence souvent présentée aux clients doit contribuer en premier lieu au bien-être des collaborateurs. «Les plus beaux W.-C., loin à la ronde, un bar pour la pause de neuf heures, la possibilité de se faire masser gratuitement tous les 14 jours – tout cela fait partie des avantages dont bénéficient nos collaborateurs», explique Emilio Stecher, le directeur de l'entreprise familiale homonyme qui, depuis bientôt quatre-vingts ans, ne cesse de poser des jalons dans le domaine du façonnage de pierres naturelles. Une activité pour laquelle il faut fraiser, percer, sculpter et polir afin de donner à la pierre naturelle la forme souhaitée. Cela représente du bruit et de l'humidité, cette dernière servant à lier la poussière. Une oasis de calme et un peu de luxe pour se reposer de ce dur labeur sont donc plus que bienvenus – cela va de soi pour Emilio Stecher: «Le fait d'être une entreprise familiale signifie que l'on adhère à une certaine éthique et que l'on se soucie du bien-être des collaborateurs.» Rien d'étonnant dès lors à ce que la moitié des 40 collaborateurs environ soient d'anciens apprenants. M. Stecher pose également des exigences élevées à sa banque et chante carrément les louanges de la Banque WIR: «Cibler les PME suisses est une bonne stratégie. Souvent, d'autres instituts financiers ne font que prétendre agir de même; si la Banque WIR continue à se profiler comme «la» banque pour PME, elle pourra poursuivre sa croissance et accroître son succès.»

Quatrième génération

Le fait d'être une entreprise familiale est étroitement lié à la préparation de la relève. Emilio Stecher a fait ses devoirs à domicile et a engagé ses fils au sein de l'entre-

prise. «On ne nous a obligés à rien, mais nous savions qu'une succession à l'intérieur de la famille était le plus grand souhait de notre père – d'une façon ou d'une autre, c'était assez évident», explique Emilio Stecher junior (30 ans) – quatrième du nom – qui, enfant déjà, s'amusait avec son frère Elio (27 ans) dans l'enceinte de l'entreprise. «Cela nous a marqués», poursuit celui qui est désormais responsable des achats et des ventes. «Nous ne nous enthousiasmons pas encore autant pour la pierre que notre père», avoue Elio Stecher (IT et marketing), qui dispose, en sa qualité de dessinateur en bâtiment, de toutes les compétences nécessaires pour comprendre et dessiner des plans ou assurer les prises de mesures: «Dans ce domaine, nous faisons toute la différence!» interrompt Emilio Stecher senior. En effet, quel architecte ou quelle entreprise générale voudrait prendre le risque de se tromper dans les mesures pour le plan de travail d'une cuisine ou une paroi, pour lesquels la marchandise risquerait alors d'être livrée aux mauvaises dimensions?



Le bâtiment qui abrite la réception de la société Emilio Stecher AG à Root.



Des erreurs auraient des conséquences fâcheuses: pour passer du plan au produit fini – par exemple le plan de travail d'une cuisine –, il faut de nombreuses étapes de travail et des collaborateurs qualifiés en mesure de travailler au millimètre près.

Les teintes terreuses en progression

L'Italie, l'Allemagne, l'Espagne, le Portugal, l'Inde, la Turquie et la Grèce font partie des pays produisant les types de pierre naturelle les plus populaires parmi les 420 types de pierre environ qui sont livrables. Les pierres provenant du Brésil ont perdu un peu de leur attrait auprès de la clientèle, mais restent très appréciées pour la fabrication de plans de travail pour cuisines – tout comme les pierres provenant d'Inde. Depuis la pandémie et depuis que la clientèle s'enquiert plus fréquemment de l'origine des matériaux, la pierre naturelle en provenance de Chine ne figure plus en première place de la liste des souhaits. «Il n'y a plus guère que dans le génie civil que l'on trouve encore, de manière assez répandue, de la pierre naturelle de Chine, mais la maison Stecher ne mange pas de ce pain-là», affirme Emilio Stecher de manière très décidée. De toute manière, l'essentiel du chiffre d'affaires est réalisé avec des pierres européennes et avec des pierres naturelles provenant de Suisse, dont la part se monte à environ 50%. «Cela a du sens, ne serait-ce que pour des raisons écologiques.» Dix types de pierre – par exemple la pierre tessinoise Onsernone, le granit d'Andeer des Grisons ou le quartzite de Vals – sont surtout utilisés pour les revêtements de sols et de façades.



Les teintes neutres sont toujours à la mode.

En règle générale, si la préférence est donnée, pour les applications intérieures, à des pierres exotiques et colorées plutôt qu'à des produits indigènes, c'est qu'il est question de salles de bain ou de salles de séjour dans lesquelles il s'agit de mettre des accents particuliers, par exemple avec une paroi particulièrement voyante. «Dans de tels cas, les clients optent actuellement volontiers pour une pierre verte ou du marbre à fortes veines.»

De manière globale, les gens en Suisse veulent être confortablement installés quand ils sont à la maison et les teintes terreuses chaudes, neutres, beiges jouissent donc d'une grande popularité. Le noir, le blanc ou le gris ne perdent jamais de leur attrait, selon Emilio Stecher. Le



420 types de pierre naturelle sont proposés aux clients.

fait que le travertin, très populaire au cours des années 1960 et 1970, fête une véritable renaissance confirme cette évaluation. Autre avantage de ces teintes discrètes: elles se combinent aisément à des tableaux ou à d'autres objets de décoration.

L'entreprise dispose de sa propre carrière

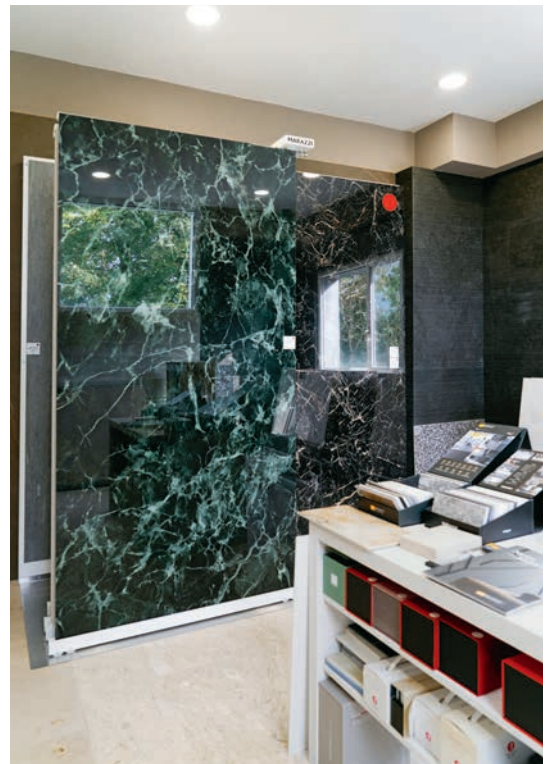
Même si les fils d'Emilio Stecher sont bilingues et maîtrisent également l'italien, la «langue du marbre»: le cœur de la famille Stecher bat toujours essentiellement pour sa propre carrière de grès. Les droits d'extraction liés à la carrière Wiesweid ont été transférés à la famille Stecher



Des plaques déjà façonnées dans le stock.



Les pierres colorées sont très appréciées pour accrocher le regard.



Dans le local d'exposition, les clients trouvent inspiration et conseils.

en 1944 déjà, lorsque le grand-père d'Emilio Stecher – Emilio I^{er} –, un tailleur de pierre originaire des Grisons, a acheté une marbrerie à Lucerne pour se mettre à son compte. Aujourd'hui, cette carrière est la seule de toute la Suisse centrale à produire encore du grès. «Étant donné que nous travaillons avec des cordeaux détonants, la carrière ne fonctionne que tous les deux à trois ans et seulement durant trois mois, pendant lesquels nous en extrayons jusqu'à 1500 mètres cubes de molasse de Rooterberg, que nous façonnons ensuite ici dans notre fabrique», précise Emilio Stecher. C'est ainsi que cette ressource naturelle très particulière restera encore disponible au cours des vingt à trente prochaines années. Si vous pensez n'avoir jamais encore croisé de la molasse «Rooterberger», vous vous trompez: de nombreuses constructions monumentales à Lucerne (en particulier l'église des Jésuites) ont été réalisées avec ce matériau. À une distance d'environ quatre kilomètres à vol d'oiseau de la carrière, la couche de molasse fait à nouveau son apparition sous la forme du fameux monument aux lions. Rien d'étonnant dès lors à ce que la maison Emilio Ste-



... ou revêtue de pierre naturelle.



Une cabine de douche, sans joints, réalisée avec la Kerakoll Warm Collection...

cher AG ait, à maintes reprises, été retenue pour la réalisation de travaux de rénovation sur ces différents monuments. En raison de son homogénéité, de sa fissilité aisée et de sa couleur décente vert-gris, la molasse Rooterberger convient avant tout en tant que revêtement de sol – à l'intérieur comme à l'extérieur.

Tout ce qui est gris n'est pas pierre

«La pierre naturelle se caractérise par une beauté éternelle», s'enthousiasme Emilio Stecher. Néanmoins, de nombreux maîtres d'ouvrage donnent la préférence à des sols en bois, en céramique ou en pierre artificielle. C'est avant tout la capacité d'innovation dont fait preuve l'industrie de la céramique qui fait perdre à la pierre naturelle des parts de marché. «Les fabricants de céramique observent de très près quelles sont les tendances dans le domaine de la pierre naturelle. Ils achètent précisément ces pierres-là, en photographient la surface et réalisent ensuite leurs produits céramiques qui y ressemblent de très près.» Le résultat est en vente déjà trois mois plus tard: de la céramique qui ne se distingue guère du produit naturel. Bien évidemment, la réaction des vendeurs de pierre naturelle ne s'est pas fait attendre. Surtout en Allemagne, ces derniers ont décidé de contrefaire eux-mêmes leurs propres produits pour opposer une certaine résistance à l'industrie céramique. Afin de répondre à la demande, la maison Emilio Stecher AG propose elle aussi dans son assortiment de la céramique au «look pierre naturelle».



Un avantage de la pierre naturelle: les maîtres d'ouvrage et les architectes peuvent faire réaliser leur propre design.

Il en va de même pour la pierre artificielle qui s'utilise pour les plans de travail de cuisines ou des revêtements de sols et dont la maison Emilio Stecher AG propose de nombreuses variations. Ces matériaux composites en quartz, polymères et pigments offrent l'avantage que le maître de l'ouvrage ou l'architecte peuvent composer leur propre design. Grâce à sa nature très compacte, ce matériau résiste en outre aux taches, aux bactéries ou aux moisissures. Désavantage: en raison de leurs composants, les restes de pierres artificielles doivent être déposés dans des décharges spéciales, alors que les restes de pierre naturelle peuvent être transformés en tout-venant pour la construction de routes.

«La pierre naturelle ne convient pas à tout le monde»

Qu'il s'agisse de particuliers, de menuisiers, de constructeurs de cuisines, d'architectes, de carreleurs, de constructeurs de cheminées ou de paysagistes: dans la grande enceinte de la maison Emilio Stecher AG, les personnes intéressées peuvent se faire une idée de la grande variété qui distingue l'assortiment proposé. Chaque plaque de pierre déposée ici est différente, les jeux de couleur et les veines varient entre chaque pierre, y compris sur un même type de pierre – ce qui pousse Emilio Stecher à dire que tout le monde n'est pas forcément prêt à opter pour la «pierre naturelle»: «Il est en effet nécessaire de faire preuve d'une certaine tolérance aux irrégularités. Ainsi, avec du marbre, si l'on s'attend à obtenir à 100% ce que l'on a vu sur les échantillons, on risque fort d'être déçu.» Ainsi, conseils et informations

sont l'alpha et l'oméga dans la vente de pierre naturelle. La Coop a, de son côté, prouvé qu'elle était parfaitement compatible avec la pierre naturelle. En effet, le grand distributeur a poussé l'homogénéisation de sa «Corporate Identity» à un tel point qu'aujourd'hui, les sols de toutes ses filiales dans l'ensemble de la Suisse sont constitués du même matériau indigène: au total un million de mètres carrés d'Onsernone. L'entreprise qui a été chargée de ce qui est sans doute le plus grand mandat de pose de pierre naturelle jamais attribué au monde porte le nom d'Emilio Stecher AG.

Sans joint avec du Kerakoll Warm Collection

En travaillant avec du Kerakoll Warm Collection, il n'y a pas lieu de s'attendre à des écarts par rapport à l'échantillon. Il s'agit d'une application qu'Emilio Stecher junior a ramenée d'Italie: un revêtement minéral qui est aujourd'hui disponible en 150 teintes environ et qui peut s'appliquer sous forme liquide sur presque n'importe quel type de support – des sols, des parois, dans les zones humides. De ce fait, il est également idéal pour les travaux de transformation, par exemple lorsqu'on désire faire disparaître du carrelage existant sans devoir l'éliminer physiquement. «Le Kerakoll Warm Collection s'applique en plusieurs phases de travail au-dessus d'un treillis d'armature; il est ainsi également possible de travailler autour d'angles sans poser de joints de silicone. Une fois fini, le revêtement ne mesure que 3,5 mm d'épaisseur!» Il est en outre possible de réparer le matériau, qui se nettoie par ailleurs avec de l'eau, comme la céramique.



Il garantit une ambiance romantique: le lit en onyx de la marque Onydorm propre à l'entreprise.

Association faitière

Il n'étonnera personne que le cœur d'Emilio Stecher ne batte pas seulement pour la pierre naturelle, mais également pour les gens qui travaillent ou veulent travailler avec la pierre naturelle. En sa qualité de membre du comité et anciennement, de 1998 à 2004, en tant que président de l'Association suisse pour la pierre naturelle (nvs.ch) – un poste qu'avait déjà occupé son père au cours des années 1980 –, il aura participé de très près à la nouvelle définition des professions de façonnage de la pierre et à la centralisation de la formation professionnelle à Dagmersellen. À l'exception des marbriers romands, qui pour l'instant suivent leur formation à Morges, tous les tailleurs de pierre, sculpteurs et marbriers suisses suivent désormais ici leur apprentissage de quatre ans en un bloc. Aujourd'hui encore, l'essentiel du travail associatif de M. Stecher consiste à soutenir et à encourager les apprentis. En sa qualité de président de l'association Formation Pierre Naturelle VBN (bildung-naturstein.ch), il veille actuellement à ce que la formation initiale et la formation continue dans le «secteur de la pierre» restent axées sur l'avenir et la pratique.

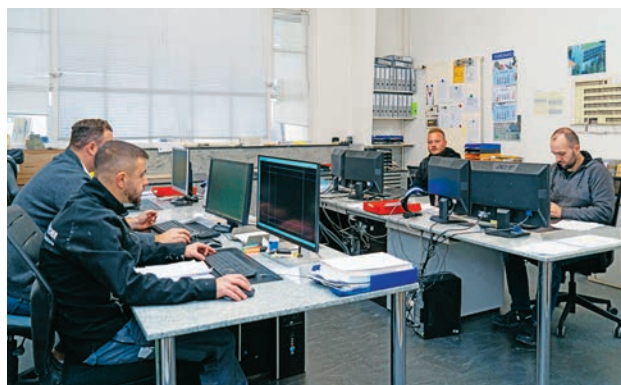
Il n'est pas aisé d'enthousiasmer les jeunes pour le métier, nous confirme M. Stecher par expérience. Intuitivement, le public associe à la profession de tailleur de pierre poussière et travail physique pénible. Pour trouver des apprentis, M. Stecher installe des affiches dans les écoles et fait paraître des annonces publicitaires d'une demi-page dans les quotidiens des cantons de Lucerne, Zurich et Zoug. Bien évidemment, ce ne sont pas les adolescents visés qui lisent ces annonces, «mais leurs parents et leurs grands-parents», admet M. Stecher en riant.

Les annonces publicitaires sont en outre l'une des nombreuses possibilités dont dispose Emilio Stecher pour dépenser ses avoirs WIR. À cela viennent s'ajouter des conventions fixes avec des menuisiers et des constructeurs de cuisines, l'achat d'outils diamantés pour le façonnage des pierres et de pneus pour tous les véhicules de l'entreprise, les dépenses pour le matériel de bureau, les transports, le mazout, la benzine, les services de téléphonie et les restaurants. «La participation au système WIR permet clairement de conclure des affaires supplémentaires et de générer un chiffre d'affaires additionnel»,

ajoute Emilio Stecher. «Par la suite, dépenser cet argent WIR n'est pas un problème si l'on se confronte activement à la tâche.»

Une nuit dans un lit en onyx

En plus de la gestion de son entreprise et du travail qu'il fournit pour son association faîtière, Emilio Stecher trouve également encore le temps de mettre au point des innovations et des applications particulières. Depuis 2011, M. Stecher commercialise Stoneface, un revêtement de façade qu'il a fait breveter en 2017 à Munich (cf. p. 15). Le fait que le responsable de production de M. Stecher était menuisier de formation a débouché en 2006 sur un résultat tout à fait particulier. Il semblait évident de relever le défi consistant à réunir le bois et la pierre dans le cadre d'un même projet. Résultat: un lit en onyx désormais vendu sous la marque Onydorm. Deux épaisses plaques d'onyx avec éclairage arrière qui déploient tout leur effet dans la semi-obscurité constituent l'élément principal et littéralement brillant de ce meuble. Ce dernier se distingue non seulement au niveau optique, mais également au niveau de la santé: «Je ne peux pas prouver un quelconque effet sur le corps», admet M. Stecher, «mais plusieurs utilisateurs m'ont confirmé qu'ils dorment plus calmement dans un lit Onydorm ou que ce dernier leur permet de se débarrasser de leur migraine comme par magie.» Il souligne également que les Égyptiens et les Grecs de l'Antiquité portaient des amulettes d'onyx autour du cou.



Le «poste de pilotage» où l'on dessine des plans et où l'on programme des machines à jets d'eau CNC.

tiens et les Grecs de l'Antiquité portaient des amulettes d'onyx autour du cou.

Cependant, le patron, qui vient de fêter ses 60 ans, ne pense nullement à partir se reposer. On le comprend: il reste encore tellement de mètres carrés de sol et de façade et tant de surfaces de table et de cuisine à poser et à réaliser!

● Daniel Flury

WIRmarket.ch > Emilio Stecher AG



La grande enceinte de la fabrique à Root.

Photo: mäd

Stoneface: revêtement compact de pierre naturelle

Qu'il s'agisse d'une villa ou d'un bien locatif: il n'y a guère d'autre enveloppe de bâtiment qui fasse autant d'impression au niveau optique qu'une façade en pierre naturelle. Jusqu'ici, pour de nombreux architectes et maîtres d'ouvrage, les coûts de cette dernière constituaient le cœur du problème – bonne nouvelle: ce n'est plus le cas. En effet, afin de permettre à la pierre naturelle de percer également sur le marché des revêtements de façades, Emilio Stecher a développé «Stoneface», un système de façade compact avec isolation thermique ignifuge et un revêtement en pierre naturelle résistant aux intempéries. L'isolation est constituée de Neopor qui est recouvert d'un treillis conventionnel et d'un treillis d'armature pour la sécurité sismique. Des plaques de pierre naturelle d'une épaisseur de 10 à 20 mm constituent la couche extérieure. Ce système, breveté depuis 2017 par l'Office européen des brevets à Munich, est souvent commandé avec du gneiss indigène provenant du Val Onsernone ou de Vals – ou bien sûr avec du grès Rooterberger provenant de la carrière de la maison Emilio Stecher AG.

Autre particularité du système: les plaques de pierre sont posées sans joints. «Ainsi, la pierre domine!» précise M. Stecher en montrant en exemple le lotissement voisin de l'enceinte de l'entreprise, dont toute la surface de façade de 2700 m² est constituée de travertin.

Idéal également pour les rénovations

La façade Stoneface, isolante et résistant aux intempéries, n'a pas été conçue seulement pour les nouvelles constructions, mais elle convient également de manière idéale aux rénovations. Elle permet de faire d'un bâtiment sans attrait particulier un «rock resort» intemporel, simple à nettoyer et à longue durée de vie. Autres avantages d'une façade Stoneface en pierre naturelle: la façade ne se refroidit pas, ce qui permet d'éviter que n'apparaissent des ponts de froid. L'ensemble du matériau est par ailleurs recyclable.



Emilio Stecher explique la structure de la façade Stoneface.



Locatif à Root revêtu de travertin romain.



Vue détaillée: les plaques de travertin sont posées sans joints.

Vous avez besoin de conseils? – Nous pouvons aider!

L'équipe Conseils & Réseau WIR

Trouver de nouveaux clients pour le système WIR et conseiller les clients existants pour toute question relative au système WIR: voilà la tâche dévolue à l'équipe Conseils & Réseau WIR. Ce travail implique de mettre en contact des clients entre eux pour qu'ils en tirent mutuellement un bénéfice. C'est ce dont ont profité les deux sociétés Waldfleisch GmbH et Sonar GmbH.

Dans l'édition WIRinfo de janvier 2023, nous vous présentons la nouvelle équipe Conseils & Réseau WIR. Cette équipe de sept collaborateurs à l'époque est placée sous la direction de Claudio Gisler et compte aujourd'hui neuf et bientôt dix collaborateurs (voir à partir de la page 23) qui ont déjà conseillé d'innombrables PME au sujet de diverses questions relatives à WIR et recruté de nouvelles PME accueillies depuis au sein du système WIR. Lors des entretiens de conseil menés par ces collaborateurs, les questions portant sur la façon de recruter de nouveaux clients en tant que partenaires WIR et la manière de dépenser les recettes WIR préalablement encaissées sont parmi celles que les clients posent le plus fréquemment. Dans ce contexte, mentionnons le fait que des analyses montrent que plusieurs centaines de millions de francs WIR sont immobilisés sept ans en moyenne sur les comptes de milliers de clients WIR. Comme cet argent WIR ne circule plus, il ne peut donc plus générer de valeur ajoutée.



Elles se sont trouvées par l'entremise de la Banque WIR: les sociétés Waldfleisch GmbH, à Zurich – qui vend de la chasse provenant de France – et Sonar GmbH, une entreprise spécialiste en télémarketing, à Schaffhouse.

*Photo en haut: M. Sobczak
Photo en bas: màd*



La maison Waldfleisch GmbH et son problème: trouver de nouveaux clients



Rafael et Agnes Biolley.

Photo: S. Karolewski

Depuis quand êtes-vous client WIR?

Rafael Biolley: Mon épouse Agnes et moi-même avons fondé notre société à responsabilité limitée pendant la pandémie. En cherchant de nouveaux canaux de distribution pour notre gibier, nous avons découvert le système WIR grâce à une publicité de la Banque WIR. Depuis le mois d'avril 2023 désormais, la maison Waldfleisch GmbH est partenaire WIR.

Avez-vous utilisé WIRmarket comme instrument pour recruter de nouveaux clients?

Oui et même très intensément. Nous avons ainsi écrit à tous les restaurants et toutes les boucheries WIR à Zurich et environs pour leur présenter nos produits de venaison. Ces efforts n'ont malheureusement pas porté le résultat escompté. J'ai donc contacté Carmelo Palma de l'équipe Conseils & Réseau WIR.

Quelle proposition de solution vous a-t-il soumise?

Il nous a recommandé la maison Sonar GmbH à Schaffhouse. Cette dernière est également partenaire WIR et spécialiste en télémarketing. Nous avons ainsi lancé une campagne gastronomique géographiquement limitée à la ville et à la région de Zurich.

Avez-vous été satisfait du résultat de cette campagne?

Elle a produit d'impressionnants résultats! Nous avons défini trois scénarios portant sur le nombre de leads et sur les chiffres d'affaires correspondants – un scénario pessimiste, un réaliste et un optimiste – et nous savions avant même la fin de la campagne qu'elle permettrait de remplir les exigences nécessaires au scénario optimiste. Le résultat aura été le même en matière de chiffre d'affaires. Globalement, nous avons donc obtenu un excellent résultat!

La maison Waldfleisch GmbH ne vend que de la chasse. Pourquoi cette limitation?

Contrairement à la viande de bœuf et de porc d'élevage, le gibier est toujours libre d'hormones et d'antibiotiques et ne comporte qu'une faible teneur en calories et en graisse. D'un autre côté, cette viande est riche en substances minérales, vitamines et protéines.

Les produits de la maison Waldfleisch sont constitués de viande de sangliers, de cerfs et de chevreuils chassés en Haute-Marne, en France. Pourquoi tout spécialement dans cette région-là?

Contrairement à la Suisse très largement peuplée, la Haute-Marne se distingue par l'existence de grandes forêts où l'activité de l'homme ne se fait pratiquement pas sentir. Là-bas, le gibier n'est soumis à aucun stress et se nourrit de plantes qui poussent sur des sols pratiquement libres de substances toxiques. Par conséquent, il s'agit d'animaux en bonne santé et d'une viande saine.

La venaison est liée à la chasse. Êtes-vous confronté à certaines réserves à ce propos?

Les chasseurs actuels sont responsables et contribuent à ce que le gibier soit régulé de manière utile. Ici et en France, une grande importance est vouée au respect des principes du développement durable et l'on peut donc consommer de la chasse en toute bonne conscience. Notre marketing s'abstient cependant consciemment d'utiliser sur notre site Web des termes tels «tirer», «chasse» ou «chasseur».

Vous allez, vous aussi, «en forêt» – une formulation permettant d'éviter le terme de «chasse». Cependant, vendez-vous plus d'animaux que vous n'en tirez vous-même?

Tout à fait! Je ne chasse qu'environ une douzaine d'animaux par saison alors que nous en vendons environ 1000 – et nous parlons là de l'animal tout entier, du museau jusqu'à la queue. Il n'y a donc pas de pertes.

Comment ces sangliers, cerfs et chevreuils parviennent-ils en Suisse?

Ils sont préparés sur place avant d'être livrés par camions frigorifiques à Fabio Zraggen, à Sisikon (UR). La famille Zraggen a exploité pendant des décennies une boucherie très connue dans le quartier du Niederdorf à Zurich. Fabio poursuit désormais cette tradition et transforme les animaux en fonction de nos souhaits. À Sisikon, la viande est emballée sous vide et étiquetée.

Les civets, le ragoût, les escalopes ou encore du goulasch sont considérés comme les produits de chasse classiques, mais votre assortiment de produits est beaucoup plus large...

Nous voulons utiliser toute la richesse de la viande de chasse. Lorsqu'ils sont bien préparés, un civet de che-

vreuil ou une pièce noble telle qu'une escalope de chevreuil représentent sans aucun doute un plat d'une grande délicatesse, mais peuvent aussi devenir banals si l'on en consomme trop souvent. Comme aucune limite n'est fixée à la fantaisie lorsque l'on prépare de la chasse en cuisine, nous aimons surprendre nos clients – des particuliers jusqu'aux gastronomes de pointe – avec de nouveaux produits qui sortent de l'ordinaire. Il s'agit en particulier de produits spéciaux tels que du fromage d'Italie, des saucisses à rôtir, des rôtis hachés, des salamis ou des saucisses à hotdog à base de chasse.

Sur votre site Web, vous affirmez que même des végétariens ont adopté de la viande de votre entreprise – êtes-vous sérieux ou est-ce juste un clin d'œil?

Les végétariens et les vegan sont des personnes qui se préoccupent très intensément de la manière dont elles se nourrissent. Ils choisissent très consciemment les produits qu'ils utilisent pour leur alimentation. Or, ils sont nombreux à avoir un parcours qui les ramène à la consommation de viande. Dans ce cas cependant, il faut que ce soit de la viande provenant directement et durablement de la nature – ou d'un agriculteur que l'on connaît personnellement. Cette affirmation est donc fondée et tout à fait sérieuse.

«Nous proposons toute l'année de la chasse dans l'assiette»

Qui fait partie de votre clientèle – outre les anciens végétariens ou vegan?

Les amateurs de viande tout à fait normaux qui recherchent des produits de qualité constituent un autre segment important de clientèle. On ne peut pas ignorer non plus notre clientèle domiciliée en Allemagne. Dans ce pays, la consommation de chasse fait partie de la culture, bien davantage que chez nous en Suisse où l'on ne trouve de la chasse sur les cartes des mets des restaurants ou dans le commerce de détail que pendant quelques semaines en automne. Nous nous efforçons de modifier cet état de chose: nous proposons notre viande fraîche aux particuliers, aux établissements de l'hôtellerie et de la restauration et au commerce de détail jusqu'au mois de mars!

Approvisionnez-vous toute la Suisse?

Notre zone de vente de prédilection est la Suisse allemande et Zurich. Les clients de cette région viennent volontiers faire leurs achats chez nous à la Neumarkt 7 à Zurich. Cependant, nous sommes également en mesure



Steaks de cerf Tomahawk.

Photo: M. Sobczak

de livrer dans l'ensemble de la Suisse. Dans ce cas, la viande arrive chez le client sous forme surgelée et peut encore être conservée pendant de nombreux mois. À partir d'une valeur de 250 francs, les livraisons sont gratuites et peuvent se régler avec une part WIR de 25%. Il vaut donc la peine de commander des quantités plus im-

portantes à mettre en réserve – et ceci en tout temps, car nous permettons à nos clients de proposer toute l'année de la chasse sur leur carte des mets!

WIRmarket.ch > Waldfleisch

Solution proposée par l'entremise de la Banque WIR: le télémarketing de la maison Sonar GmbH

L'approche directe est un dur labeur. Comment votre maison Sonar GmbH procède-t-elle?

Philipp Wenzler: C'est effectivement un dur labeur – et c'est pourquoi nos clients n'ont souvent ni le temps ni l'envie de téléphoner eux-mêmes. J'ai beaucoup de respect pour mes collaborateurs qui se remettent au travail avec entrain pour chaque nouvel appel téléphonique. Ils représentent notre plus grand et plus important capital. Il est important pour nous que l'on ne nous confonde pas avec un «call center». Chez nous, chaque client se voit attribuer son propre assistant de vente. Nos collaborateurs font la connaissance des clients et obtiennent ainsi une compréhension approfondie de l'entreprise pour laquelle ils travaillent. De cette façon, ils peuvent procéder au téléphone avec tact et une certaine authenticité. Nous ne travaillons pas avec des fils conducteurs, mais avec des méthodes liées à la psychologie de vente. Il en va de même pour moi: lorsque quelqu'un m'appelle et me récite un texte préalablement rédigé, je raccroche assez rapidement.

Que doit vous fournir un client pour que votre télémarketing puisse avoir du succès?

En premier lieu, un certain intérêt d'essayer le télémarketing. Cette forme de publicité a ses propres règles et il est important que l'on aborde un tel projet avec une certaine ouverture d'esprit. Bien entendu – comme avec n'importe quelle autre action marketing – il s'agit de créer une certaine valeur ajoutée et, en règle générale, il s'agit d'une augmentation du chiffre d'affaires. Pour pouvoir estimer si le télémarketing sera en mesure d'atteindre cet objectif, nous proposons sur notre site Web un calculateur permettant de déterminer la rentabilité potentielle. En principe, on peut résumer la chose de la manière suivante: le client nous dit quels sont les produits ou les services qu'il entend commercialiser sur tel ou tel marché cible. Dans le cadre d'un entretien commun, nous développons alors les arguments qui nous permettront de convaincre le groupe cible. Nous nous chargeons de tout le reste.

Dans le cas de la maison Waldfleisch GmbH, quel était précisément le mandat en question?

Rafael et Agnes Biolley ont effectivement montré l'intérêt nécessaire, connaissaient parfaitement leur marché et savaient quelle était la meilleure saison pour la vente de leurs produits. Cela nous a considérablement facilité le travail.



Philipp Wenzler, CEO Sonar GmbH.

Photos: màd

Pour la maison Waldfleisch, il était important que nous identifions des restaurants qui sont effectivement intéressants pour eux. Un restaurant végétarien ou encore un petit café de village ne faisaient pas partie du bon groupe cible. Dans un tel cas, nous procédons à nos propres recherches afin de trouver les adresses qui sont les bonnes.

Quand est-ce qu'une campagne est couronnée de succès? Par exemple dans le cas de la maison Waldfleisch?

En télémarketing, il y a deux facteurs déterminants pour le succès: l'interlocuteur doit être prêt à nous écouter et il doit se laisser convaincre. Pour le premier facteur, il faut que nous choissions le bon moment. Dans le cas de la maison Waldfleisch, il s'agissait d'une part de la bonne



Melani Schnell, responsable projets et assurance qualité.

saison, mais également du bon moment de la journée – en effet, nous ne voulons pas déranger les chefs de cuisine au travail. Nous arrivons à convaincre lorsque nous pouvons proposer un assortiment convaincant qui offre effectivement une valeur ajoutée. Rafael et Agnes Biolley ont parfaitement su préparer des paquets très attrayants grâce à leur connaissance du marché. Avec ces deux facteurs, un pas très important est ainsi franchi.

Le télémarketing a également ceci d'enthousiasmant que même un refus peut se transformer en succès: en effet, avec chaque appel, nous obtenons des informations quant à la raison pour laquelle quelqu'un s'est laissé convaincre ou non – il s'agit d'une sorte d'étude de marché. Ainsi, nos clients peuvent optimiser leur assortiment de marchandises ou de services et mieux les adapter aux besoins de la clientèle.

Je considère également avoir remporté un beau succès lorsqu'un client réagit: «Dites, quel plaisir de faire de la vente avec vous.» Lorsque les leads mènent effective-

ment à des entretiens de vente de bonne qualité et que le chiffre d'affaires augmente. C'est assez fréquemment à ce moment que nous passons d'une campagne limitée dans le temps à un abonnement de commercialisation régulière et donc, à une collaboration à long terme. Je suis fier du fait que nous ne perdons pratiquement jamais de client.

Vous est-il déjà arrivé d'aborder très spécifiquement des clients WIR?

Depuis peu, nous abordons systématiquement des clients WIR. En règle générale, nous proposons un taux d'acceptation de 35%, ce dernier pouvant également être plus élevé en fonction du volume. En menant les entretiens, nous remarquons que c'est quelque chose de très attrayant pour nos clients et que cela les motive tout simplement à essayer une fois le télémarketing.

De quelles qualités doivent disposer vos collaborateurs?

Il est important qu'ils soient enthousiastes du travail au téléphone. Il faut aimer convaincre avec sa voix et il faut aussi ne pas se laisser décourager par un éventuel désintérêt, voire des refus catégoriques. Pour cela, il ne faut pas de formation spécifique, mais surtout un certain état d'esprit. C'est la raison pour laquelle nos collaborateurs ont toujours déjà travaillé préalablement dans diverses autres branches, ce qui les aide bien entendu également à comprendre les produits et les prestations de service de nos clients.

«Nous ne travaillons qu'avec des clients B2B.»

Remarquez-vous un rejet de principe du marketing téléphonique auprès des personnes cibles – avec comme mot-clé: assurances-maladie?

Il est intéressant de constater que nous n'enregistrons ce scepticisme qu'avec nos propres clients potentiels, lors des entretiens préalables que nous menons avec eux. Notre site Web s'appelle b2b-telemarketing.ch et nous ne travaillons donc qu'avec des PME. Depuis la fondation de notre entreprise en 2017, nous refusons catégoriquement de mener des campagnes pour des clients privés, par exemple des caisses-maladie ou des opérateurs téléphoniques.

Pour les clients de nos mandants, nos appels n'ont jamais représenté le moindre problème. En effet, on peut dire que nous les appelons en tant que collaborateurs de nos clients. Il est aussi important de savoir comment mener un entretien: nous tentons d'éveiller un certain intérêt et poursuivons là où nous devinons l'existence d'un be-

soin. Si toutefois quelqu'un ne veut pas s'engager dans un entretien, il ne sert à rien d'insister. Un délai de vente presque imposé ne représente en effet qu'un gaspillage de temps pour nos clients.



Jürg Surdez, spécialiste télémarketing.

Quel est l'avantage du télémarketing par rapport à un mailing, par exemple?

Une campagne de télémarketing vous offre un contact direct avec les clients et, de ce fait, une importante acquisition des connaissances. Même si un appel n'apporte pas de succès direct, nous savons au moins par la suite pourquoi cela n'a pas été le cas – je vous l'ai dit: une étude de marché. Avec un mailing, on ne sait pas ce que signifie une absence de réponse: pas reçu du tout, pas la bonne personne à contacter, mauvais moment, un problème de l'offre?

Les clients réagissent-ils différemment à des femmes ou à des hommes – misez-vous consciemment sur les femmes ou les hommes en fonction de la branche, d'un produit ou d'une prestation de service?

Nous veillons au sexe et au dialecte que parle une personne. Nos cinq collaborateurs parlent le suisse-allemand et viennent de cantons différents. Tant nos clients que les clients de nos clients apprécient cette diversité. Nous décidons par ailleurs de l'attribution des

projets sur la base des intérêts de nos collaborateurs. Il est en effet avantageux que nos collaborateurs soient à l'aise avec leur matière.

Êtes-vous spécialisés dans certaines branches?

Non. Comme nous jouons le rôle d'ouvreur pour nos clients, c'est bien la capacité de mener des entretiens qui représente le facteur déterminant. Nous ne pourrions jamais disposer de toutes les connaissances spécialisées pour conseiller de manière détaillée les clients finals au sujet des divers produits – ce serait présomptueux et aussi un peu arrogant. Nous avons donc une très grande largeur: du développement d'innovations jusqu'à l'industrie et le commerce en gros, en passant par les technologies de l'information.

Avez-vous déjà essayé des produits de la maison Waldfleisch?

Notre repas d'entreprise est encore à venir et nous permettra de trinquer au succès qu'a remporté notre campagne. Nous l'organiserons bien entendu dans un restaurant qui se fournit auprès de la maison Waldfleisch.

WIRmarket.ch > Sonar

● Interviews: Daniel Flury

Comment prendre rendez-vous avec les conseillers de la Banque WIR?

Vous avez une question qui touche p. ex. le système WIR et vous souhaitez recevoir la visite d'un membre de l'équipe de conseillers?

Le centre de conseil de la Banque WIR ...
T 0800 947 948
lundi-vendredi, 08 h 00–17 h 00

... vous fixera volontiers un rendez-vous!

Les huit membres de l'équipe Conseils & Réseau WIR



Carmelo Palma

Carmelo Palma (50), un grand adepte des voyages et de la photographie pendant ses loisirs, est le seul membre de l'équipe de conseillers à travailler déjà depuis huit ans pour la Banque WIR. Né en Espagne, il a travaillé dès le début de son activité pour la Banque WIR en tant que conseiller WIR en parallèle à d'autres fonctions. Au fil des ans, il a ainsi pu faire d'excellentes et précieuses expériences avec les clients de la Banque WIR. «Ils apprécient de pouvoir contacter en tout temps une personne de référence. Outre de nombreux autres sujets, les clients souhaitent régulièrement des conseils concernant le WIRmarket (profil de l'entreprise, annonces) ou les mailings WIR. Le fait que mes clients me recommandent à d'autres participants me fait particulièrement plaisir. Le bouche à oreilles semble très bien fonctionner!»



Christoph Zahm

Christoph Zahm (57) a fait son apprentissage d'électronicien radio/TV à Arbon. Il bénéficie de nombreuses années d'expérience dans les secteurs des conseils et de la vente dans les branches les plus diverses et travaille depuis trente ans en tant que conseiller à la clientèle dans le service externe. Il consacre ses loisirs à sa voiture de collection – une Alfa Romeo Spider – qu'il faut non seulement conduire, mais également entretenir.

Au cours de son activité de conseiller pour la Banque WIR, il a déjà pu faire de nombreuses expériences avec des clients: «La satisfaction des clients augmente immédiatement dès lors qu'ils peuvent appliquer dans la pratique ce qu'ils ont appris au sujet des produits et prestations de services de la Banque WIR.»



Gianni Prinzivalli

Gianni Prinzivalli (60) habite dans les environs de Bremgarten, est également électronicien radio/TV de formation et a tout d'abord travaillé en tant que technicien et en tant que directeur de succursale de divers magasins d'électronique. Pendant seize ans, il a ensuite conseillé des clients PME en Suisse allemande et au Tessin pour des questions de financement. «Pendant des années, j'ai vu comment des PME dans mon réseau assez étendu cherchaient de l'argent – grâce à WIR, je peux aujourd'hui leur proposer une valeur ajoutée, peut-être même sans qu'elles ne doivent s'endetter», se réjouit M. Prinzivalli. Il joue du piano électrique et du piano classique – pendant plusieurs années également de la musique de danse sur scène – et apprécie de profiter du sentiment de liberté et du bruit du moteur que lui procure sa Harley Road King classic. Dans le cadre de son activité pour la Banque WIR, Gianni Prinzivalli voudrait permettre à ses clients de réaliser leurs rêves. «J'ai souvent l'impression que les clients m'attendaient. Ils sont souvent étonnés de voir notre très large assortiment de produits et de prestations de services qui va des crédits hypothécaires aux solutions d'épargne et de prévoyance jusqu'au crédit CHW immédiat, au WIR-market ou encore à l'application WIRpay.»



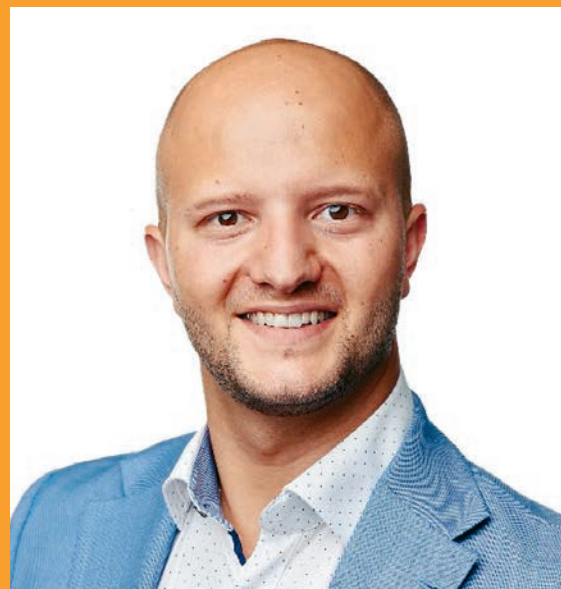
Stefanie Bellodi

Stefanie Bellodi (58) vit sur les rives amont du lac de Zurich. Elle a débuté son activité professionnelle en tant qu'aide vétérinaire et a ensuite travaillé tant dans la gastronomie, l'édition et les assurances que dans les secteurs de la vente, des conseils et du marketing. Au cours de ces vingt dernières années, elle a conseillé les clients privés et entreprises d'une assurance sur des thèmes d'assurance et de prévoyance. Elle passe volontiers son temps libre dans la nature – avec son vélo électrique, pour des randonnées à pied ou à raquettes – ou elle se consacre à la lecture. Stefanie Bellodi se réjouit de l'estime que lui témoignent ses clients et constate: «les clients «endormis» ont oublié les produits et les prestations de service de la Banque WIR, ce qui n'est pas étonnant en soi. Des aides telles que le WIRmatching, les propositions de nouveaux partenaires d'affaires WIR ou les contenus de notre paquet PME suscitent ainsi un grand intérêt.»



Christoph Schaub

Christoph Schaub (50) habite la région de Bâle et cite – sans surprise – parmi ses loisirs le carnaval ainsi que le vol à moteur et le ski. Après un apprentissage de commerce, il a travaillé dans la finance avant de passer, il y a vingt ans, dans le secteur des services, aussi bien en tant qu’employé qu’en tant qu’employeur. M. Schaub se décrit comme ayant une personnalité de chef d’entreprise – «mon cœur bat pour les PME» – qui cherche à obtenir des solutions win-win durables et couronnées de succès pour toutes les parties prenantes. «Les clients WIR que j’ai visités jusqu’ici sont étonnés des offres et du développement des différents secteurs d’activité de la banque, des partenariats engagés et des étapes de numérisation de ces dernières années.»



Marc Grimm

Marc Grimm, né en 1992, est le plus jeune conseiller de la nouvelle équipe. Il est titulaire d’un CFC de cuisinier et d’un diplôme d’hôtelier-gastronome (école hôtelière de Thoune). Après plusieurs années en tant qu’indépendant, il a commencé son activité auprès de la Banque WIR en septembre 2022. Il consacre son temps libre à sa jeune famille, à la gastronomie et à son intérêt pour l’histoire et les langues (français, anglais et portugais). «Le système WIR vit de l’échange. Lors de nos visites, nous rencontrons des PME et des personnalités très intéressantes actives dans les branches les plus diverses. Cela nous permet de mieux comprendre les partenaires WIR, de les conseiller de manière optimale et de recommander de potentiels partenaires d’affaires. Dès qu’un patron de PME avisé reconnaît le potentiel de la monnaie complémentaire WIR, une valeur ajoutée apparaît pour le réseau WIR.»



Marc Reinhard

Marc Reinhard (51) est domicilié dans la localité argovienne de Siggenthal et vit pour et avec sa famille de six personnes. Il aime le mouvement, la nature, bien manger, les divertissements et l'action. Il apprécie également quand la musique est bonne et puissante: quand il ne travaille pas en tant que «Call Agent» et «Lead Generator» pour l'équipe WBN afin de nouer de nouveaux contacts – il arpente presque chaque week-end les scènes de Suisse en sa qualité de rockeur. «Enthousiasmer en direct un public impatient est assez similaire à mon activité qui consiste à répondre aux questions de nos clients WIR au téléphone», explique ce sympathique extraverti. Comme le principe WIR et ses produits ont vraiment de quoi convaincre, ses interlocuteurs perçoivent bien son enthousiasme et, dans la plupart des cas, acceptent volontiers de mener un entretien. Dans ce cas toutefois, il doit veiller à maintenir l'ambiance avec tact et empathie afin de dégager de véritables opportunités pour ses collègues de l'équipe WBN. Le résultat est lui aussi relativement similaire: si les applaudissements sont le summum de l'émotion après un concert réussi sur scène, il en va de même d'un entretien mené avec succès et de manière très sympathique avec la Banque WIR qui peut se poursuivre avec profit pour l'ensemble des participants.



Stefan Bogdanovic

Après une formation commerciale, Stefan Bogdanovic (31) a travaillé dans différents secteurs de la branche pharmaceutique. Il y a deux ans, il a commencé des études de gestion d'entreprise. Au sein de l'équipe de conseils WIR de la Banque WIR, il est chargé de la coordination des activités et du soutien de ses collègues lorsque c'est nécessaire. Il établit par ailleurs diverses analyses qui servent de base aux entretiens de conseil. Il prépare et coordonne également diverses mesures de soutien des ventes avec l'équipe de commercialisation.

Durant son temps libre, il s'engage au niveau social et organise, dans le cadre d'une association, des «manifestations sportives humanitaires» publiques – par exemple des tournois de lancer de fléchettes – dont les finances de participation sont ensuite reversées à des familles du sud-est de l'Europe qui se trouvent dans le besoin.

La certitude de travailler avec la bonne banque

Au nom de l'ensemble des collaborateurs de notre banque, je vous souhaite d'ores et déjà un joyeux Noël et vous adresse nos meilleurs vœux de santé et de succès pour la nouvelle année. Nous vous remercions de votre fidélité et de la confiance que vous témoignez à notre entreprise – nous apprécions tout particulièrement les relations d'affaires avec vous.

« Nous ferons tout ce qui est possible pour continuer à vous garantir un service fiable ainsi que des solutions sur mesure. Vos besoins et objectifs financiers se situent au premier plan de nos préoccupations – chez nous, vous pouvez toujours être certain d'être client auprès de la bonne banque.

Les taux d'intérêt de pointe proposés sur nos solutions d'épargne et de prévoyance sont une constante: depuis le 1^{er} novembre 2023, notre compte Terzo du troisième pilier lié vous permet de constituer votre capital de prévoyance en bénéficiant d'un taux d'intérêt encore plus attrayant de 1,25% tout en profitant d'une économie fiscale.

Sur l'ensemble de nos comptes d'épargne, ces excellentes conditions s'appliquent jusqu'à un solde en compte de 500 000 francs. Ce dernier est supérieur à la moyenne de la branche en Suisse: à la Banque WIR, si votre argent rapporte tout simplement davantage, c'est aussi parce que nous faisons systématiquement bénéficier nos clients des augmentations de taux d'intérêt adoptées par la Banque nationale suisse. Au printemps, nous avons provoqué un léger séisme sur le front des taux d'intérêt avec le lancement de notre nouveau «compte d'épargne plus» – dont le taux d'intérêt particulièrement attrayant atteint 1,8%. D'autres offres tout aussi intéressantes suivront. N'oubliez pas: chez nous, même les clients entreprises peuvent constituer de l'épargne!

En ces périodes d'augmentation des taux d'intérêt, les crédits WIR sont particulièrement judicieux lorsqu'il s'agit de réaliser vos projets. Pourquoi? Tout simplement parce que les taux d'intérêt sur nos solutions de financement WIR sont stables, quelle que soit la situation du marché. Ces crédits représentent donc une valeur sûre, tout particulièrement lorsque les temps sont volatils. Saviez-vous par exemple que dans le passé, les taux d'intérêt sur les crédits hypothécaires en WIR étaient en moyenne inférieurs de 2,55% aux taux appliqués sur les crédits hypothécaires en francs suisses? Voilà pourquoi je vous donne ce conseil: intégrez toujours les crédits WIR avantageux imbattables à vos réflexions. Ils peuvent faire toute la différence lorsqu'il s'agit de décider s'il est possible ou non de financer un projet. Je voudrais également vous recommander tout particulièrement notre nouveau crédit hypothécaire WIR Start au taux de 0% pour les trois premières années. Vous avez bien lu: 0%! Difficile d'être encore plus attrayant!

Outre ces offres très alléchantes, nous peaufinons d'ores et déjà de nouveaux projets et prévoyons de lancer des produits innovants. Pour la Banque WIR et ses clients, l'année 2024 promet d'être tout à fait captivante. En effet, nous travaillons à la mise au point de solutions inventives qui pourraient vous enthousiasmer.

Cordiales salutations de la Heuwaage à Bâle

● Bruno Stiegeler, président du directoire



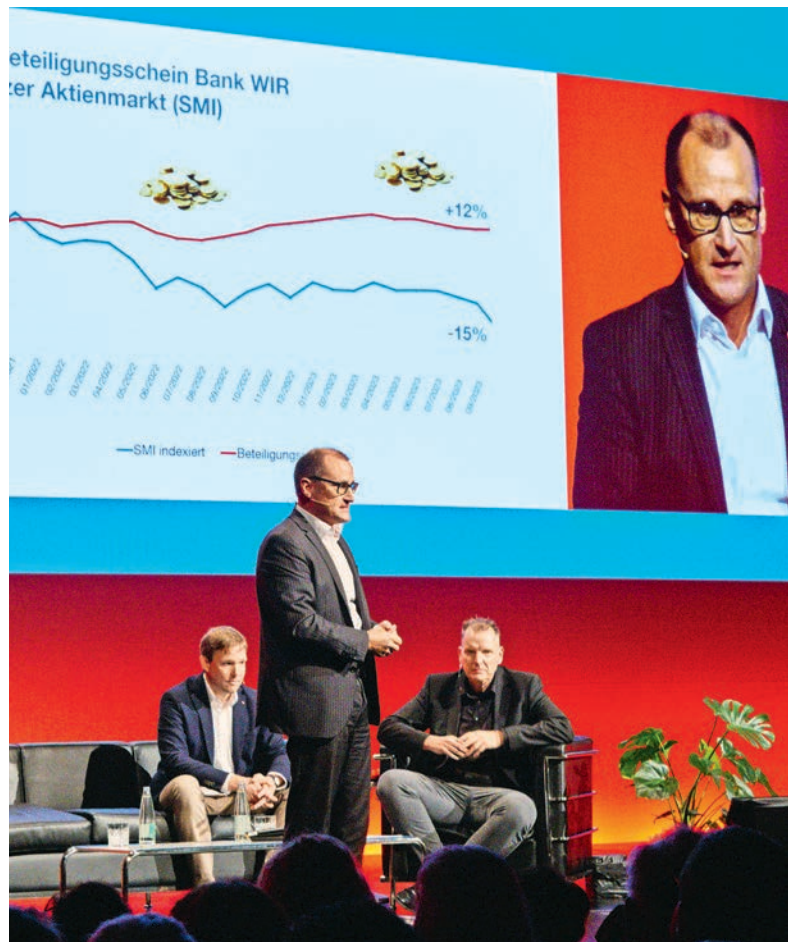


R comme roues et Franco Marvulli (photo) et Olivier Senn, directeur du Tour de Suisse.

Photos: Foto Frutig



R comme rythme et Ladyva.



R comme rendement et produits de la Banque WIR.

«Roues. Rythme. Rendement.»

Rencontre d'automne 2023

L'ancien professionnel de cyclisme sur piste Franco Marvulli et le directeur du Tour de Suisse Olivier Senn étaient les invités de la Rencontre d'automne de la Banque WIR. Les 835 bailleurs de fonds – un nouveau record – ont pu obtenir de première main quelques aperçus de la Banque WIR et ont bénéficié d'un divertissement de tout premier plan assuré par la pianiste boogie-woogie Ladyva.

Avec la Banque WIR en tant que Premium Partner du Tour de Suisse, le fil rouge de la Rencontre d'automne était tout tracé: le vélo et les trois thèmes «Roues. Rythme. Rendement». Ainsi, quelques représentants de la Banque WIR ont dû expliquer au public la relation qu'ils entretiennent avec le vélo. Le bilan de ces confidences était mitigé: après une brève phase de VTT, le président du conseil d'administration Marc Reimann a choisi de se consacrer au beachvolley. Quant au vélo du CEO Bruno Stiegeler, il est à la cave depuis onze ans – relevons tout de même que M. Stiegeler a parcouru 1500 kilomètres à vélo en trois semaines en 2012, en Éthiopie, dans le cadre d'un projet humanitaire! Seul Mathias Thurneysen, responsable des finances de la Banque WIR, est un habitué et se rend tous les matins à vélo au travail.

«Sans stress et sans attente particulière»

Franco Marvulli, ancien professionnel de cyclisme sur piste, champion du monde et médaillé d'argent aux Jeux Olympiques de 2004 à Athènes, joue bien évidemment dans une toute autre catégorie. Cependant, il a, lui aussi, connu une phase durant laquelle une petite couche de poussière a pu se déposer sur son vélo: «Après vingt ans



835 bailleurs de fonds ont assisté à la Rencontre d'automne au KKL.



Le président du conseil d'administration Marc Reimann.



La membre du conseil d'administration Chantel Lutz.



Le membre du conseil d'administration Michael Benes.



Le CEO Bruno Stiegeler.



Le chef de finances Mathias Thurneysen.



Franco Marvulli s'est frayé un passage pour monter sur scène ...



de sport de compétition, j'ai mis le vélo dans un coin et je ne l'ai utilisé pendant deux ans que lors de certains engagements particuliers» – il ressentait quelque chose qui s'apparentait à de la haine pour son instrument de sport. Néanmoins, c'est bien le vélo qui a permis à M. Marvulli de se retrouver. Non plus, désormais, sur la piste où il ne croisait que les panneaux publicitaires au bord de la piste et quelques spectateurs, mais «sans stress et sans attente particulière», tout seul, lors d'un voyage à vélo qui l'aura mené de Johannesburg jusqu'au Cap. Se lancer, tout simplement, parfois faire des détours et des pauses quand on en a envie: «J'ai enfin pu cesser de devoir toujours rouler vite.» Ainsi, M. Marvulli a non seulement retrouvé le plaisir de faire du vélo, mais il a également pu découvrir un grand nombre de régions et d'itinéraires – outre l'Afrique du Sud avec 14 kg de bagages, la Patagonie, la Scandinavie (avec son épouse et son enfant de trois mois et demi), l'itinéraire Venise-Athènes (avec un ami de 72 ans) ou Paris-Normandie (avec ses parents). Tout aussi enrichissantes: les rencontres avec des gens qui ne vivent pas dans une société de consommation et qui ont fait redécouvrir à l'Européen de nouvelles dimensions de la générosité et de la dignité. Il est d'ores et déjà certain que le prochain circuit menant du sud-est de la Thaïlande à Hanoi, «l'express de la soupe aux nouilles», lui réservera de nombreuses nouvelles expériences.

Pas de Tour de Suisse uniquement pour des coureurs suisses

Revenons en Suisse: Olivier Senn, le directeur du Tour de Suisse, dont la Banque WIR est Premium Partner, peut bien comprendre la nouvelle motivation de M. Marvulli. En effet, chaque nouveau Tour de Suisse est aussi une leçon de géographie, de culture et d'histoire – contrairement à un match de football, a ajouté M. Senn, certainement sans vouloir tourner le couteau dans la plaie des Bâlois et sans connaître à l'avance le désastreux 0 à 3 contre Lausanne. Mythes et légendes, le cyclisme en tant que sport populaire et les souvenirs d'enfance de chacun d'entre nous lors d'un Tour de Suisse: voilà les éléments qui font que le Tour de Suisse reste fascinant. Une fascination qui a été quelque peu évincée cette année avec le décès accidentel de Gino Mäder. M. Senn a souligné que la gestion de crises n'était pas sa spécialité, mais qu'il a appris que la transparence et l'authenticité sont élémentaires dans une telle situation extrême. En réponse à la question posée par l'animateur Volker Strohm, responsable du ressort Corporate Communication de la Banque WIR, quant à l'identité du coureur suisse qui succédera enfin au dernier vainqueur suisse du Tour de Suisse, Fabian Cancellara (2009), M. Senn a parié sur Marc Hirschi. Il a précisé d'une part que de très nombreux facteurs – en particulier la bonne équipe et la



... et a fasciné l'auditoire en relatant ses expériences de voyage.

bonne position au sein de l'équipe – sont décisifs pour une victoire et d'autre part qu'aucun autre pays d'une taille comparable au nôtre ne dispose d'autant de sportifs de pointe. «Ce que nous ne ferons jamais, en revanche, c'est organiser un Tour de Suisse que seul un Suisse peut gagner.»

«Lettre à Élise» revisitée

Pas de Rencontre d'automne sans intermèdes musicaux. Cette année, c'était la pianiste boogie-woogie Ladyva qui était responsable du rythme, accompagnée du batteur Charlie Weibel. Elle a fait dès le début la démonstration de ses talents d'improvisation et a enthousiasmé le public avec une version boogie-woogie du motif principal de la pièce pour piano de Beethoven «Lettre à Élise». Avec le morceau «These boots are made for walkin'» de Nancy Sinatra, Ladyva aura également fait ses preuves en tant que chanteuse.

Rendement

Le troisième thème de la Rencontre d'automne était celui du rendement et se référait ainsi directement à la Banque et à certains de ses représentants: le nouveau président du CA Marc Reimann, le CEO Bruno Stiegeler, le chef des finances Mathias Thurneysen et les deux membres du conseil d'administration nouvellement élus Chantal Lutz et Michael Benes se sont présentés brièvement. Leur message commun: la Banque WIR est en excellente forme, dépasse de très loin toutes les exigences de ré-

glementation et poursuivra, à l'avenir également, une politique de diversification et d'optimisation du bénéfice (contrairement à la politique de maximisation du bénéfice courant dans la branche). La dynamique qui s'est répandue au cours de ces derniers mois dans le paysage des taux d'intérêt est considérée comme une opportunité permettant à une petite banque, de surcroît une coopérative, d'encore mieux se positionner... et de réhabituer la jeune génération aux notions presque oubliées d'intérêt et d'intérêts composés.

● Daniel Flury

Action d'achat de bons de participation

Comme en 2021 et en 2022, le CEO Bruno Stiegeler a soumis à tous les bailleurs de fonds une offre particulièrement intéressante: jusqu'à fin décembre 2023, ils peuvent acquérir des bons de participation supplémentaires sans frais de courtage ou de bourse. Pour en savoir davantage:



Olivier Senn, le directeur du Tour de Suisse, lors du forum de discussion animé par Volker Strohm (à dr.).

Versements de prévoyance et délais d'ici à la fin de l'année

Avez-vous déjà versé l'ensemble de vos contributions de prévoyance? Vous trouverez ici les derniers délais pour vos ordres de paiement.

Pensez-y: si vous versez la totalité de votre contribution de prévoyance annuelle déductible de votre revenu imposable, vous tirez profit de manière optimale de votre potentiel d'économie d'impôts! Profitez de cette occasion en versant sur le compte de prévoyance le montant maximum autorisé par la loi avant la fin de l'année. Attention: tous vos versements sur un compte Terzo, ou sur VIAC, sont additionnés et ne doivent pas dépasser le maximum légal de 7056 CHF (pour personnes salariées) et 35280 CHF (pour indépendants) ou au max. 20% du revenu net dans ce dernier cas.

Ordres manuels

Les ordres écrits (ordres de virement, ordres de paiements) parvenant au siège central de la Banque WIR jusqu'au 26 décembre 2023 seront encore traités dans l'année et figureront sur l'extrait de compte 2023. En raison du volume important d'ordres établis entre Noël et Nouvel An, nous vous recommandons cependant de poster vos ordres par courrier A jusqu'au 18 décembre 2023 au plus tard.

Trafic de paiements électronique (E-Banking)

Les ordres avec date d'exécution au 29 décembre 2023 peuvent être donnés jusqu'au 29 décembre 2023, 15 h 15, au plus tard. Cette échéance passée, l'exécution se fera le 3 janvier 2024.

Versements sur un pilier 3a

Veuillez noter ce qui suit afin d'assurer la comptabilisation cette année encore.

- **Ouverture de nouveaux comptes Terzo pour un versement en 2023**

La demande d'ouverture pour un compte Terzo avec possibilité de versement pour l'année fiscale 2023 doit nous parvenir jusqu'au 15 décembre au plus tard.

- **Virements sur des comptes Terzo existants**

Ils doivent nous parvenir jusqu'au 15 décembre 2023 au plus tard.

- **Transfer ou versements de comptes Terzo ou de comptes de libre passage existants**

Pour qu'il soit possible, dans tous les cas de figure, de procéder à un transfert ou à un versement avant la fin de l'année, il faut que la déclaration correspondante du bénéficiaire de prévoyance de la fondation nous parvienne au plus tard le 30 novembre 2023.

- **Versements dans la solution de prévoyance numérique VIAC**

Ces dernières ne sont possibles que par le biais de l'application VIAC gratuite et peuvent être comptabilisées jusqu'au 29 décembre 2023. Seule condition: le virement doit être parvenu avant cette date et ne doit pas dépasser le montant maximal autorisé.

Documents de clôture de compte annuelle

Relevé de compte et décompte d'intérêts/extrait de fortune

Vos comptes sont bouclés au 31.12.2023 avec établissement des attestations d'intérêt et de capital nécessaires à la déclaration d'impôt et de l'extrait de fortune pour les clients titulaires d'un dépôt-titres. Si vous utilisez le service e-banking, vous recevez ces documents début janvier sous forme d'e-documents. Les clients entreprises disposant de plusieurs contrats e-banking reçoivent les attestations d'intérêt et de capital sous forme d'e-document début janvier et l'extrait de fortune à la mi-janvier 2024 sous forme papier.

Les clients sans e-banking reçoivent leurs documents de bouclage à la mi-janvier 2024 sous forme papier.

Terzo: 1,25% d'intérêt

Un support publicitaire bien sympathique

La Banque WIR est Premium Partner du Tour de Suisse et a choisi de manière très générale de parier sur le vélo: une partie de ses mesures marketing est ainsi mis en œuvre par les cyclistes qui travaillent pour la maison Working Bicycle AG.

En Suisse, le vélo bénéficie d'une grande popularité. Il est très apprécié comme moyen de transport durable et comme équipement sportif puisqu'une part d'environ 45% de la population l'utilise régulièrement. Les amateurs de cyclisme sont ainsi dans la ligne de mire des efforts publicitaires et de sponsoring de la Banque WIR dont les produits de pointe des secteurs de l'épargne et de la prévoyance intéressent également un plus large public.

Actuellement, environ 16 500 cyclistes circulent dans toute la Suisse avec des boîtes publicitaires de Working Bicycle installées sur leur porte-bagages. Ils font de la publicité pour environ 250 entreprises, parmi lesquelles se trouve également la Banque WIR qui a récemment réservé au mois de juin une campagne de quatorze jours à Bâle, Berne, Zurich et Lausanne afin de faire de la publicité pour son compte d'épargne Plus. Durant cet intervalle de temps, 130 cyclistes ont parcouru ces quatre villes pour la Banque WIR.

Selon les résultats d'un sondage, les boîtes publicitaires sont perçues par deux tiers des personnes interrogées comme étant un canal publicitaire plus sympathique et moins dérangeant que la télévision, la radio ou les journaux. 92% des contacts publicitaires sont générés par des vélos qui ne se déplacent pas, raison pour laquelle les cyclistes sont encouragés à parquer leurs vélos dans des endroits bénéficiant d'une forte fréquentation. Dans le cadre d'une campagne nationale d'une durée de quatorze jours, la publicité correspondante atteint ainsi environ 56% de la population suisse. Une campagne d'au moins sept jours peut également être réservée au niveau régional ou local. Les cyclistes, quant à eux, profitent du fait qu'ils disposent sur leur porte-bagages d'une boîte verrouillable pour leurs affaires ou leurs achats – installée par Working Bicycle une fois que le cycliste s'est inscrit par le biais d'une application. Ce dernier reçoit par ailleurs un avis de crédit pouvant atteindre 20 CHF pour chaque semaine pendant laquelle il se déplace avec la boîte publicitaire.

● Daniel Flury



Un vélo avec une boîte publicitaire de Working Bicycle croisé à Bâle.

Photo: Denise Siemens

Une histoire de Noël

Chère lectrice, cher lecteur,
Il était une fois une famille, celle d'un chef d'entreprise, qui chaque année, juste avant Noël, s'investissait dans le projet «sapin de Noël». Cette famille était constituée de la maman, du papa et de leurs deux enfants, une fille de

15 ans prénommée Sophie et un garçon de 10 ans, Luca. Cependant, la famille comptait également deux membres supplémentaires qui seraient, cette année-là, à l'origine d'un certain chaos: un chien maladroit appelé Buddy et un chat obstiné appelé Misou.

La famille décida de se rendre chez un cultivateur de sapins de Noël bio (4,7% rabais pour les membres WIR) afin de choisir le sapin directement dans la forêt enneigée. Sophie, l'adolescente, voulait bien sûr un sapin vegan digne d'être publié sur Instagram alors que Luca rêvait de trouver le plus grand des sapins de toute la forêt qu'il pourrait ensuite appeler le «super-sapin de Luca». Pendant ce temps, Misou se mettait en boule dans un coin tranquille à la maison.

À peine arrivé dans la forêt, Buddy, très excité, commença à courir de toutes parts, chassant les écureuils et ne se souciant guère du fait que des arbres étaient en train d'être abattus dans la zone de sylviculture.

Après quelques détours et de vives discussions portant sur le choix de l'arbre approprié, Luca s'encoubla sur une racine et dévala la pente du petit ravin tout proche. Devant ce spectacle, sa sœur Sophie se tordit de rire, non sans retenir toute la scène sur vidéo, immédiatement publiée sur TikTok, évidemment.

Enfin, après avoir choisi et fixé le sapin sur le toit de la voiture (pas forcément de manière conforme aux règles de transport prévues dans un tel cas), la famille retrouva son domicile et se mit à installer le sapin dans le salon.

Les enfants se réjouissaient de pouvoir décorer le sapin. Sophie voulait des ornements tout à fait grandioses ainsi que des guirlandes dorées qui auraient été du meilleur effet sur son feed Instagram alors que Luca voulait suspendre des boules et des lumières de manière aussi dense que possible afin de terminer comme il se doit le «super-sapin de Luca». Le véritable chaos ne commença véritablement qu'au moment où tout le monde se mit à s'occuper de la pointe du sapin.

Vous le devinez peut-être – il arriva ce qui devait arriver: Sophie voulut faire de la pointe du sapin un véritable chef-d'œuvre scintillant, étincelant et glamour. Les guirlandes semblaient idéales pour ce faire.

Misou, le chat, n'était cependant pas du même avis que Sophie. Curieux comme les chats peuvent l'être, il décida de tester en jouant cette nouvelle matière que les humains appellent guirlande. C'est ainsi qu'il se retrouva entièrement emprisonné par les longs fils brillants, essayant frénétiquement de se libérer.

L'esprit d'entreprise en ligne de mire



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

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

En plus des innombrables mandats et sociétés dont il est membre, Karl Zimmermann a reçu en 1998 le «prix bavarois pour performances techniques hors du commun pour les arts et métiers» et en 2006 l'Ours des arts et métiers («Gewerbebär») de la ville des PME qui n'est autre que la ville de Berne.

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



Joyeuses Fêtes!

Photo: iStock

Dans sa lutte sauvage pour retrouver la liberté, Misou réussit à faire tomber le sapin et, avec lui, le père qui s'évertuait, sur l'échelle, à fixer la pointe. Le père chuta à terre, non sans un chapelet de jurons. Le salon s'était transformé en véritable champ de bataille. Des boules, des guirlandes et les décorations lumineuses traversaient l'espace aérien alors que le sapin tombait à terre. Comme si cela ne suffisait pas, un autre drame se préparait en parallèle: Buddy, le chien maladroit, se trouvait précisément au-dessous du sapin en train de tomber à terre et se retrouva enseveli sous une avalanche de décorations de Noël et d'épines de sapin. Ses aboiements se mélangeaient aux cris de Sophie alors qu'elle tentait de libérer Misou des guirlandes.

C'est ainsi que la famille se retrouva au centre d'un véritable chaos de Noël, avec un sapin renversé, des décorations lumineuses déchirées, des boules de Noël brisées, un chien enseveli, un chat ligoté par des guirlandes et un père qui aura survécu à une mémorable chute de l'échelle, heureusement sans blessure. Ce n'était clairement pas ce que tout le monde avait en tête en pensant à une paisible veille de Noël.

Après toute cette confusion, ces effets comiques et ce drame, la famille resserra les rangs. Faisant preuve d'un remarquable esprit d'entreprise, elle créa une œuvre qu'elle n'oublierait pas de sitôt en recyclant les restes des décorations de Noël éparpillées et de vieilles bou-

gies déjà utilisées. Il ne s'agissait pas d'un sapin parfait, il ne portait pas de décoration impeccable, mais c'était bel et bien le sapin de la famille, conforme à sa tradition de Noël. On aurait dit que le sapin, sous sa nouvelle forme, chassait tous les soucis. À sa pointe, il portait une étoile scintillante constituée de papier cadeau de Noël et de restes de guirlandes étincelantes en guise de décoration.

C'est alors que Sophie, l'adolescente, fit remarquer, avec un petit sourire: «Même si notre sapin n'est pas parfait aux yeux des autres, il l'est absolument à nos yeux à nous.» (Jamais encore Sophie n'aura obtenu autant de «likes» et de commentaires que pour sa photo, publiée sur tous les canaux, de cette œuvre commune qui se sera finalement distinguée par une créativité tout à fait remarquable).

C'est ainsi que cette famille a pu célébrer une fête de Noël unique en son genre, marquée par les rires, le chaos, un soutien mutuel, du respect et de l'amour.

«Le bonheur est la seule chose qui se double si on le partage», disait Albert Schweitzer.

Avec cette citation et un sourire, je te souhaite de reposantes et joyeuses Fêtes

● Ton esprit d'entreprise

Faszination WIR

144 pages de «Faszination WIR»

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

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

Hervé Dubois est né à La Chaux-de-Fonds et a passé son enfance à Zurich. Après sa maturité, il a fait des études d'économie et de journalisme à la Haute école de Saint-Gall. Pendant 20 ans, Hervé Dubois a travaillé dans la région de Bâle en tant que rédacteur auprès de divers quotidiens et

auprès de l'Agence Télégraphique Suisse ainsi qu'en tant que journaliste de radio. En 1995, il s'est engagé auprès de la Banque WIR soc. coopérative où il a travaillé en tant que responsable de la communication jusqu'à son départ à la retraite en 2014. Aujourd'hui, Hervé Dubois vit en Valais.

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

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

* Les frais de port ne sont pas facturés



TALON

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

Entreprise:

Prénom/nom:

Rue:

NPA/lieu:

Signature:

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

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

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

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



Nouveaux participants WIR

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

AG

Clean & Care Service Jordi flex

Spittelhofring 12, 4665 Oftringen
M 076 257 27 76
Allgemeine Gebäudereinigung

Holzbau Hürbin AG 3%

Gerstenweg 3, 4310 Rheinfelden
T 061 831 54 95
www.huerbinag.ch
Holzbau, Zimmerei

Suter-Siegrist Reinigung 50%

Samantha Siegrist
Letziweg 9, 4663 Aarburg
M 079 676 07 81
Allgemeine Gebäudereinigung

BE

Fidanz AG flex

Ernst-Schüler-Strasse 74, 2502 Biel/Bienne
M 078 812 96 39
Activités des marchands de biens immobiliers

Spycher Burger Gang AG flex

Ey 9, 3063 Ittigen
www.spycherburgergang.ch
Leasing von geistigem Eigentum und ähnlichen Produkten (ohne Copyrights)

Viva Caravan flex

Stephan Mutti
Eichenweg 5, 2556 Schwadernau
M 079 251 23 50
Handelsvermittlung und Grosshandel mit Automobilen mit einem Gesamtgewicht von mehr als 3,5 t

BL

PM Baubedarf GmbH flex

Zelgliweg 3, 4452 Itingen
info@pekerholding.ag
Grosshandel mit Baustoffen

Waldhaus beider Basel AG 25%

In der Hard, 4127 Birsfelden
T 061 313 00 11
www.waldhausbeiderbasel.com
Hotels, Gasthöfe und Pensionen mit Restaurant

FR

allesrundumshaus.ch 20%

François Nyfeler
Bundtels 11, 3186 Düringen
M 079 677 87 94
www.allesrundumshaus.ch
Vermittlung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

NE

CHOCTEC Sàrl 10%

avenue Daniel-Jeanrichard 2a, 2114 Fleurier
T 032 861 22 12
www.choctec.ch
Commerce de gros d'autres machines et équipements

SG

ARTARIS AG flex

Oberer Graben 8, 9000 St. Gallen
T 071 447 88 90
www.artaris.ch
*Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung; Buchführung;
Treuhandgesellschaften*

Bernhard Uka Reinigungen flex

Zürcherstrasse 33, 8730 Uznach
M 079 309 90 75
www.bernhard-reinigung.ch
Allgemeine Gebäudereinigung

Grobau Wattwil AG 10%

Bahnhofstrasse 13, 9630 Wattwil
T 071 988 20 25
*Kauf und Verkauf von eigenen Grundstücken, Gebäuden und
Wohnungen*

SO

PSJ-Holding AG flex

Oberwaldstrasse 16, 4573 Lohn-Ammannsegg
T 032 665 40 21
Andere Holdinggesellschaften

SZ

AC Mächler AG flex

Schwendi 3, 8857 Vorderthal
T 055 446 14 64
www.acmaechlerag.ch
Allgemeiner Hochbau

Crescendo Holding AG flex

Untere Paulistrasse 6b, 8834 Schindellegi
T 044 303 38 38
Investmentgesellschaften

Gebrüder Schmid AG flex

Hagrütistrasse 4, 8862 Schübelbach
T 055 440 14 75
Allgemeiner Hoch- und Tiefbau ohne ausgeprägten Schwerpunkt

Trachsler Media flex

Zeughausstrasse 37, 8854 Galgenen
T 055 210 53 53
www.trachslermedia.ch
Webportale

TG

Attiger Dienstleistungen GmbH 5%

Golfpanorama 2, 8564 Lipperswil
T 052 723 05 50
Sonstige Bauinstallation

Bodenbau X GmbH flex

Rietwiesstrasse 4, 8505 Dettighofen
www.bodenbau-x.ch
Verlegen von Fussboden

Krone Bürglen flex

Sulgerstrasse 10, 8575 Bürglen TG
M 079 753 90 63
www.gasthof-krone.ch
Restaurants, Imbissstuben, Tea-Rooms und Gelaterias

SWOBAG Group AG flex

Zürcherstrasse 281, 8500 Frauenfeld
 T 052 723 07 07
www.swobag.ch
 Architekturbüros

VD

GROUP EDISON SA 50%

Chemin de Budron A 14, 1052 Le Mont-sur-Lausanne
 T 021 637 37 37
www.groupedison.com
 Autres activités auxiliaires de services financiers, hors assurance et caisses de retraite

VS

Cave des Jumeaux Sàrl 100%

Rue des Finettes 61, 1920 Martigny
 M 079 344 58 38
www.cavedesjumeaux.ch
 Culture de la vigne

Me Lionel Marguet flex

Etude Fumeaux & Marguet
 Avenue du Midi 9, 1950 Sion
 T 027 322 50 36
www.etudefumeauxmarguet.ch
 Études d'avocats, de notaires

Netkum AG flex

Weidenweg 227, 3902 Glis
 T 027 722 77 77
www.netkum.ch
 Erbringung von sonstigen Dienstleistungen der Informationstechnologie

Nil Peinture GmbH flex

Untere Zellstrasse 20, 3970 Salgesch
www.nil-peintures.ch
 Malerei und Gipserei ohne ausgeprägten Schwerpunkt

ZH

Malergeschäft Tobler GmbH 3%

Oberdorfstrasse 1, 8340 Hinwil
 T 055 284 19 75
 Malerei

Surprise Kultour AG 20%

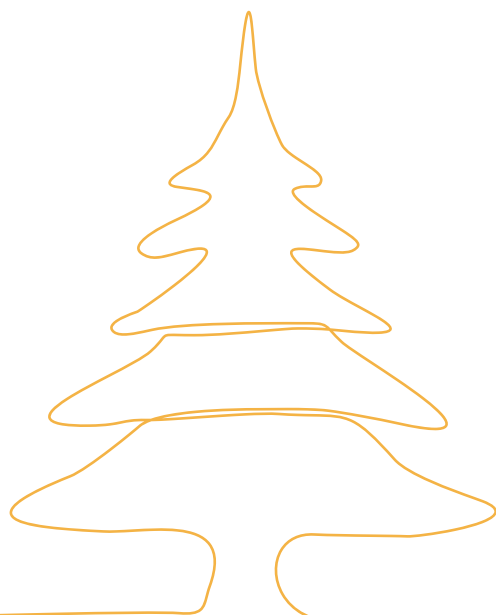
Rudolfstrasse 37, 8400 Winterthur
 T 052 235 10 00
www.kultour.ch
 Reiseveranstalter



WIR-Networks

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

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



FROHE

Weihnachten

WÜNSCHT

WIR ne+work
Ostschweiz

Frohe Festtage und einen guten Rutsch ins neue Jahr
an alle Mitglieder und WIR-Teilnehmer!

Wir freuen uns schon jetzt auf das Vereinsjahr 2024.

«Achetez intelligent,
économisez sur le
change!»

Ouvrez
un compte
d'essai
en 2 min.

Skiferien Arosa

**** Waldhotel Arosa

Freuen Sie sich auf 8 Tage herrlichen Winterzauber in Arosa.

Im Preis inbegriffen:

1x Skifahren mit Skilehrer an einem Morgen in einer Gruppe.

1xEisstockschiessen an einem Vorabend

1x Kutschenfahrt

1x Fondue- oder Raclette-Abend

Willkommensapéro

7 Übernachtungen/Halbpension

Frühstück-Buffer

5 Gang Abendessen

Benützung Spa Bereich auf 1100m²

Es können auch einzelne Übernachtungen gebucht werden.



Jetzt
anmelden
& Ferien
machen

27. Januar - 3. Februar 2024

**** Waldhotel – Arosa

Angebot , Details siehe linke Spalte

- Doppelzimmer mit Halbpension bei 2 Personen, je ca. CHW 1900.-
- Doppelzimmer zur Einzelbenutzung mit Halbpension ca. CHW 2165.-

Die Anmeldung: www.wir-netz.ch

Eine Mitgliedschaft beim WIR-Network-Zürich ist erforderlich

Ski- und Badespass im Engadin

- Welcome-Apéro
- Alpiner Schlemmerbrunch bis 10:30 Uhr
- Zvieri im Hotel Belvedere
- 4-Gang Gourmet-Nachtessen
- Engadin Bad Scuol: täglich unbeschränkte Eintritte in die Bäder und Saunalandschaft
- GuardaVal Wellnessbereich: mit Sauna, Dampfbad, Ruheraum
- Skipass für das Skigebiet Scuol an allen Tagen (inkl. Anreisetag und Abreisetag)
- Kurtaxe und Parkplatz
- Postauto in der ganzen Region Unterengadin und Dreiländerfahrt

Konsumationen können im Hotel mit 100% WIR bezahlt werden.



GuardaVal
Engadiner Boutique-Hotel



Skipass
für das
Skigebiet
Scuol
inbegriffen

Sonntag, 17. März - Freitag, 22. März 2024

**Engadiner Boutique-Hotel, GuardaVal,
Vi 383, 7550 Scuol/Engadin**

Die Anmeldung: Anmeldung bis 31. Januar 2024 nur möglich unter www.wirnetwork-gr.ch oder s.gall@wirnetwork-gr.ch

Die Kosten: Preis pro Person im Doppelzimmer 1'290.00 mit 100% WIR für Mitglieder inkl. Begleitperson.
Preis pro Person im Doppelzimmer 1490.00 mit 100% WIR für Nicht-Mitglieder inkl. Begleitperson



Disclaimer – informations juridiques

Aucune garantie

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

Aucune recommandation d'agir

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

Annonces

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

Conditions

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

Reproduction

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

Clause de non-responsabilité

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

Impressum

WIRinfo – Décembre 2023, 90^e année, n° 1135

Le magazine des coopérateurs de la Banque WIR et des PME suisses

Éditrice: Banque WIR soc. coopérative, Bâle

Rédaction: Daniel Flury (rédacteur en chef), Patrizia Herde, Shirin Mogtader, Volker Strohm (responsable corporate communication), wir.ch/contact

Photographes: voir illustrations

Photo Couverture: Paul Haller

Traductions: Daniel Gasser, Yvonne

Conception graphique: Schober Bonina AG / Kommunikationsagentur

Mise en page: Vogt-Schild Druck AG, Derendingen

Impression: Cavelti AG, Gossau

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

imprimé en
suisse



*Par souci pour
l'environnement!*

Mode de parution: mensuel en allemand et français

Tirage global: 25 555

Annonces: voir dernière page

Prix d'abonnement: 20.40 CHF (TVA comprise)

Changements d'adresses et abonnements:

Banque WIR, centre de conseils, case postale, 4002 Bâle, ou T 0800 947 948

Emplacements de la Banque WIR

Siège principal Bâle

Banque WIR soc. coopérative
Auberg 1
4002 Bâle

Succursale Lugano

Banque WIR soc. coopérative
Riva Caccia 1
6900 Lugano

Succursale Zurich

Banque WIR soc. coopérative
Schaffhauserplatz 3
8006 Zurich

Succursale Berne

Banque WIR soc. coopérative
Helvetiastrasse 35
3000 Berne 6

Succursale Lucerne

Banque WIR soc. coopérative
Obergrundstrasse 88
6005 Lucerne

Succursale Coire

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

Succursale Lausanne

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

Succursale Saint-Gall

Banque WIR soc. coopérative
Blumenbergplatz 7
9000 Saint-Gall

Succursale Sierre

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

Contact et réseaux sociaux

Téléphone

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

Fax

0800 947 942

E-mail

info@wir.ch



Foires WIR

WIR-Expo Zürich

François Cochard
Regina-Kägi-Strasse 11
8050 Zürich

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

WIR-Messe Ostschweiz

Walter Sonderer
Konstanzerstrasse 35
9512 Rossrüti

T 079 207 81 26
wsonderer@bluewin.ch
wsmarketing-rossrueti.ch

WIR-Messe Rothrist

Andy Bühler
Weidweg 1
4852 Rothrist

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



Possibilités publicitaires dans le réseau WIR

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

Aperçu de vos avantages

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

WIRmarket.ch

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

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

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

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

WIRinfo – le magazine des PME suisses

Le magazine WIRinfo paraît au début de chaque mois avec un tirage d'environ **26 000 exemplaires**. Vous **atteignez ainsi tous les clients WIR (PME) ainsi que leurs employés titulaires d'un compte WIR**.

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

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

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

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



WIRmailing

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

Voilà comment procéder:

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

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

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

Modes d'expédition à choix:

- Courrier A (1 jour)
- Courrier B (2 jours)
- Courrier B2 (3-6 jours)

Les frais seront débités de votre compte CHW, respectivement CHF:

- 0.22 CHW, TVA comprise, en CHW (par adresse)
- Frais de port, TVA comprise, en CHF

Au préalable, nous avons besoin d'un échantillon pour notre contrôle interne. Il vous faut nous livrer votre maté-

riel publicitaire (y compris 20 exemplaires supplémentaires pour les essais d'impression) 14 jours avant la date d'expédition souhaitée.

Contact

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

Remise sur chiffre d'affaires annuel

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

Voici les différents taux de remise:

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



Impression de la foire WIR à Wül (SG).

Données médiatiques WIRinfo

Réception d'annonces et conseils

inserate@wir.ch

Conditions générales

Voir www.wir.ch/cg-fr

Délai de remise d'annonces: veuillez prendre note du délai de remise d'annonces pour l'édition du WIRinfo de janvier 2024: vendredi, 8 décembre 2023, 12 h.

Reprise des données pour matériel WIRinfo

Lors de la création d'un fichier PDF, veuillez sélectionner le profil «ISONewspaper» dans les réglages de la couleur et procéder à l'exportation.

Programmes

Mac

Win

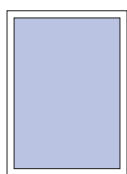
QuarkXPress
InDesign
MS Word
PDF Acrobat
Illustrator
Photoshop

•
•
•
•
•
•

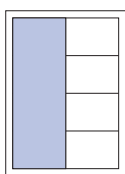
•
•
•
•
•
•

Important: Les polices doivent toujours accompagner les fichiers InDesign, Illustrator et Photoshop ouverts (pas de police TrueType). Veuillez fournir les jeux de caractères et les polices PostScript correspondants sous forme zippée. Pour les données PDF et EPS, les logos et les polices doivent également être fournis. Le fichier doit être doté des données d'image correspondantes (TIFF ou EPS). Ne pas utiliser de données d'image pour layout. Le fichier PDF doit être compatible avec Acrobat 4 (version 1.3) et avoir été constitué avec une résolution de 240 dpi.
Support de données: CD, DVD, Zip (100/250)

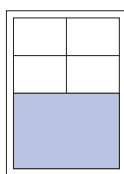
Dimensions des annonces et tarifs d'insertion (tous les prix s'entendent TVA 7,7% incluse)



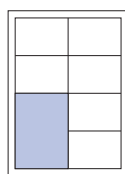
168 x 248 mm
1/1 p. contenu



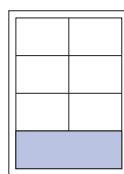
82 x 248 mm
1/2 p. en haut. (2 col.)



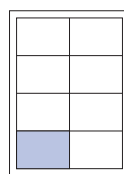
168 x 122 mm
1/2 p. en larg. (4 col.)



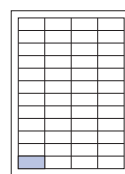
82 x 122 mm
1/4 p. en haut. (2 col.)



168 x 59 mm
1/4 p. en larg. (4 col.)



82 x 59 mm
1/8 p. en larg. (2 col.)



39 x 17 mm
1/48 page

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

Tarifs (part WIR: 75%)

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

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

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

Taxe pour annonces sous chiffre: 8.50