



Clark Elliott, *Workplace Strategies Consultant AWA (Advanced Workplace Associates)*, Martine Brunschwig-Graf, présidente de la CFCR, et Antoine Hubert, patron du groupe Aevis Victoria, ont successivement été les hôtes des déjeuners-débats du MCEI Suisse (Marketing Communications Executives International), association présidée par Frédéric Hohl.

Clark Elliott: les opportunités du «monde d'après»

Pour l'architecte international spécialisé en espaces de travail, la pandémie a fait naître un nouveau monde du travail, hybride, qui engendre des opportunités, mais aussi des défis. Les entreprises, notamment aux États-



Unis, ont été confrontées à une vague de démissions et elles rencontrent des difficultés à attirer les talents. Il n'y aura pas de retour à «la vie d'avant». Les gens souhaitent désormais donner un sens à leur travail. Pour les sociétés, les défis stratégiques sont nombreux. Il s'agit d'adapter le modèle traditionnel de présence physique, tout en conservant les échanges et les interactions entre les équipes et avec les clients.

Le bureau traditionnel doit être repensé pour tenir compte du télétravail, avec des horaires flexibles. Ensuite, l'efficacité des mesures prises devra être vérifiée, notamment au niveau de la motivation

des collaborateurs. Ajouter simplement des plantes vertes dans l'espace de travail ou une table de ping-pong ne sert à rien si la démarche ne répond pas à une attente.

La plupart des personnes veulent deux à trois jours par semaine au bureau et pour le reste souhaitent travailler à domicile. Et comme il est difficile de prévoir le futur, il est indispensable de favoriser les solutions adaptables selon les besoins. Il faut tenir compte des nouvelles évolutions du monde du travail lors de la construction de nouveaux immeubles. «Le travail est quelque chose que je fais, pas un endroit où je vais», conclut-il.

Martine Brunschwig-Graf: assumer le passé

Au XXI^e siècle, on entend encore des insultes racistes sur des terrains de sport, constate Martine Brunschwig-Graf, présidente de la Commission fédérale contre le racisme. Mais ce phénomène existe aussi dans des entreprises et au niveau de la société en général. Certains grands personnages de notre passé étaient clairement racistes, d'autres ont gagné leur argent grâce à l'esclavage. Après des années de silence, ces problématiques sont désormais abordées dans le monde et en Suisse. Il est important d'en parler et de savoir que cela fait partie de notre histoire. Certains scientifiques ont développé ouvertement des théories racistes.

Que faire avec ce passé? Faut-il déboulonner les statues de ces personnages ou débaptiser des rues? Enlever une statue peut se justifier si elle devient un lieu de pèlerinage pour des racistes. Sinon, ces mesures extrêmes ne sont pas appropriées, car enlever c'est aussi nier. Cela n'a pas de sens de faire disparaître notre passé. Il faut en tenir compte, le reconnaître et l'enseigner dans les écoles.



Le racisme n'est pas seulement anti-noir. Il peut s'appliquer à divers niveaux, et aussi contre les femmes. Dans ce cas également, penser que l'on pourra sensibiliser la population simplement en féminisant des noms de rues n'a pas de sens. Ce n'est pas en opposant les uns aux autres que l'on résoudra les problèmes.

Antoine Hubert: les moyens d'innover

Le groupe Aevis Victoria d'Antoine Hubert est présent principalement dans trois secteurs. Les soins aux personnes avec son réseau de cliniques privées, *Swiss Medical Network*, et la marque Nescens, dédiée à la prévention et au vieillissement. Le groupe d'investissement est également actif dans le milieu de l'hôtellerie, avec notamment une dizaine d'établissements de prestige dont le Grand Hôtel & Spa à Interlaken, le Bellevue Palace à Berne et le Schweizerhof à Zermatt. Le troisième domaine d'investissement porte sur les infrastructures immobilières avec la société *Swiss Hotel Properties*.

La principale participation est *Swiss Medical Network*, le seul réseau privé suisse d'hôpitaux présents dans trois ré-



gions linguistiques. Grâce à une collaboration avec des médecins indépendants, il offre des soins et des équipements de première qualité avec une prise en charge hospitalière et ambulatoire, y compris dans le secteur de l'ophtalmologie, avec *Swiss Visio Network*. Le

réseau compte 22 hôpitaux et cliniques dans 14 cantons, avec un total de près de 1500 lits.

Le système de santé suisse se compose d'une sorte de triangle infernal, avec des assurés/patients, des assureurs et l'État et, sur la troisième pointe du triangle, les médecins, les hôpitaux et l'industrie pharmaceutique. En cas de maladie, l'assuré devient intéressant pour les médecins, les hôpitaux et la pharma. Pour l'État et les assureurs, le client idéal est celui en bonne santé ou mort. En revanche, pour le monde de la santé, le patient le plus intéressant est celui qui ne guérit jamais et continue à rapporter de l'argent. Le monde de la santé est donc incité à faire du volume et parfois des actes qui ne sont pas forcément nécessaires. Comment dans ce cas sortir de ce triangle infernal? La réponse d'Antoine Hubert est un système de soins intégré. L'objectif est de transformer un système dont tout le monde profite en un système qui profite à tout le monde. Pour créer un tel système en Suisse il est nécessaire que les divers intervenants, assurance, hôpitaux, méde-

cins et pharma, s'entendent. C'est ce que *Swiss Medical Network* souhaite réaliser via une alliance de ces acteurs au niveau régional. Un produit finalisé de soins intégrés devrait être proposé à la population d'ici environ un an. Par ailleurs, il faut promouvoir la formation et la recherche pour que notre système de santé reste à la pointe de la technologie et des compétences. Le *Genolier Innovation Hub* permettra une synergie optimale entre les équipes de recherche et les professionnels. L'idée est de réunir sous un même toit tous les acteurs pour accélérer le test et l'adoption de nouveaux produits et technologies. Ce bâtiment de 25 000 m² habitables, avec deux salles d'opération pour tester les nouvelles techniques et un auditorium de 260 places, représente un investissement de 65 millions de CHF pour la construction et de 30 millions de CHF pour l'équipement. L'ouverture est agendée pour début 2024.

**RÉSUMÉS DE LUIGINO CANAL,
MEMBRE DU MCEI.
INFORMATIONS: WWW.MCEI.CH**

le déménagement en douceur



Devis gratuit

BALESTRAFFIC

Certifié **Charte** Qualité
AGED

17-19 rue Baylon - 1227 Carouge - Tél. 022 308 88 00 - www.balestraffic.ch

Dans le cadre du développement de nos activités, nous recherchons pour l'un de nos titres, pour entrée immédiate ou à convenir

UN/E COURTIER/E EN PUBLICITE

Nous demandons:

- Bonnes connaissances du tissu économique romand
- Expérience dans la vente
- Connaissance du web et des réseaux sociaux
- Aptitude à développer et prospecter une clientèle diversifiée
- Maîtrise parfaite du français, autre langue un atout
- Niveau CFC ou équivalent
- Bonne présentation (clientèle)
- Dynamique et motivé/e avec goût du challenge
- Connaissances des outils informatiques usuels
- Aisance dans les contacts téléphoniques et BtoB
- Permis de conduire

Nous offrons :

- Un travail varié dans un secteur en expansion
- Support technique et environnement de travail agréable
- Fixe + Commissions

Lieu de travail: Genève

Avons-nous suscité votre intérêt?

N'hésitez pas à nous envoyer votre dossier complet (Lettre de motivation, CV, copie de certificats et photo).

Ecrire sous chiffre **n°040.01** au Journal de l'Immobilier
23, rue de la Fontenette - 1227 Carouge