

clo>le>si o>at

Portrait de client

Entreprise établie d'aménagement intérieur: Teo Jakob AG

Gestion de la santé en entreprise (GSE)

Le sucre: le méchant parmi les aliments?

Prévention gratuite des accidents

Journée Stop Risk consacrée aux sports de montagne, en Valais

Visana business News

Magazine pour la clientèle entreprises 2/2019

visana

A votre service, tout simplement.

SOMMAIRE

Aménager et vivifier les espaces d'habitation 3

Spécial GSE: le sucre, un doux poison? 6

Collaborateur de Visana en point de mire 8

Cyber-attaques: une menace pour les entreprises 10

Prévention des accidents en montagne 11

Notre blog Visana Concours 12

EDITORIAL



CHÈRE LECTRICE, CHER LECTEUR,

L'été approche à grands pas et beaucoup se demandent s'il sera aussi chaud et sec que l'année passée. A propos de l'année passée: permettez-moi de jeter un bref regard rétrospectif sur notre exercice 2018. Aussi bien dans le domaine de la clientèle entreprises que de la clientèle privée, l'environnement de marché est resté difficile. Néanmoins, le groupe Visana a pu une fois de plus présenter une clôture positive. Comme à l'accoutumée, vous trouverez les chiffres y relatifs sur notre site Internet: www.visana.ch/rapportdegestion.

C'est une lapalissade de dire que plus grand ne rime pas forcément avec meilleur. En ce qui concerne la cyber-sécurité en revanche, les grandes entreprises sont mieux parées que celles de taille plus modeste. Au moins une entreprise sur deux a déjà été la cible d'une cyber-attaque. Lisez en page 10 l'entretien avec Thomas Bögli, responsable de la cyber-défense de l'Armée suisse, pour découvrir comment les PME peuvent elles aussi s'en prémunir.

La randonnée et l'escalade en montagne ont à nouveau le vent en poupe. Malheureusement, ces loisirs ne sont pas totalement dénués de dangers. Celles et ceux qui manquent de prudence et de préparation encourent inutilement un risque d'accident accru. Une bonne planification de l'excursion est le b.a.-ba. Tel est le message principal de la journée Stop Risk consacrée aux sports de montagne, qui aura lieu le 6 septembre 2019 dans le Valais. La participation à cet évènement instructif est comme toujours gratuite pour les collaboratrices et collaborateurs de la clientèle entreprises de Visana. Vous trouverez plus d'informations à ce sujet en page 11.

Je vous souhaite un bon début d'été, sans accidents, et plein succès pour la suite de l'année 2019.

Patrizio Bühlmann
Membre de la direction, responsable du ressort Clientèle entreprises



Impressum

Visana business News est une publication de Visana Services SA à l'intention de sa clientèle entreprises. • Rédaction: Stephan Fischer, Karin Roggli • Adresse: Visana business News, Weltpoststrasse 19, 3000 Berne 15 • Fax: 031 357 96 22 • E-mail: business@visana.ch • Mise en page: Natalie Fomasi, Elgg • Couverture: Mauro Mellone • Impression: Appenzeller Druckerei • Internet: www.visana.ch/clientele_entreprises www.facebook.com/visana.assurance



Retrouvez-nous sur facebook!
www.facebook.com/visana.assurance



*Teo Jakob AG,
une entreprise bernoise renommée*

DONNER VIE AUX

ESPACES

EN COLLABORANT

Se limiter à l'aménagement d'espaces de vie et de places de travail peut paraître simple pour les profanes. Toutefois, leur donner vie nécessite une grande expertise et beaucoup d'expérience. Teo Jakob AG fait partie, depuis la moitié du siècle dernier, des architectes d'intérieur les plus renommés et les mieux établis de Suisse. Avec une légère modernisation, l'entreprise vise à plaire également de plus en plus à un public plus jeune.

Texte: Stephan Fischer | Photos: Mauro Mellone

«teo jakob» est une marque reconnue. «Nous sommes particulièrement connus dans la région de Berne et bénéficions d'une bonne renommée», explique Simon Flückiger, CEO de l'entreprise. Avoir une bonne renommée donne confiance, ce qui est très important lors de l'attribution de nouveaux projets. «La notoriété de la marque peut toutefois constituer en même temps un inconvénient», relativise le CEO. C'est en effet le cas lorsqu'une entreprise véhicule une image légèrement poussiéreuse qui reste fixée dans l'esprit de la clientèle. Grâce à un nouveau positionnement, Simon Flückiger et son équipe sont en train de moderniser légèrement l'image de Teo Jakob AG pour se tourner vers le futur.

Fournisseur dans le domaine haut de gamme

La clientèle typique de Teo Jakob fait généralement partie d'une génération plutôt âgée et fortunée. L'entreprise est leader dans

le segment haut de gamme. Les marques telles que USM, Vitra, Boccia, B&B ou Cassina font vibrer les amateurs et amatrices de design. Le commerce de masse de meubles et accessoires d'aménagement à petits prix se passe ailleurs. Celles et ceux qui s'offrent un canapé ou un fauteuil en cuir dans l'une des six filiales de Teo Jakob, à Berne, Genève, Zurich ou Winterthur, le font souvent par passion du design ou parce qu'ils ou elles le considèrent comme un investissement avantageux.

Afin d'intéresser également un segment de clientèle plus jeune, car ils seront les acheteurs et décideurs de demain, «teo jakob» mise sur une newsletter et un magazine destiné à la clientèle conçus de façon moderne ainsi que sur les médias sociaux. Alors que Facebook sert avant tout à publier ses offres d'emploi, l'entreprise met en scène ses propres événements artis-



«Nous perpétuons l'esprit du fondateur et parallèlement, nous souhaitons moderniser l'entreprise et passer à l'avenir», déclarent Nina Wach (directrice marketing et communication) et Simon Flückiger (CEO).



tiques et expositions sur Instagram, une application photos très appréciée des jeunes, et essaie par ce canal de se rapprocher d'un public plus jeune.

Le canal en ligne dessert également un segment de clientèle plus jeune. Il ne se prête toutefois pas à toute la gamme de produits: «On veut pouvoir voir et toucher un canapé avant de l'acheter. Le marché en ligne ne peut pas remplacer cette ex-

périence», confie Simon Flückiger avec conviction. Par contre, pour les accessoires, la plate-forme en ligne Galaxus, avec laquelle Teo Jakob AG collabore depuis une année, constitue un complément judicieux. Environ 1900 articles peuvent y être commandés et livrés confortablement à domicile. Si cela n'offre pas assez de choix et d'inspiration, la banque de données des produits se trouvant sur www.teojakob.ch comporte plus de 30 000 objets.

Theodor Jakob: fondateur et amateur d'art

Après un apprentissage de tapissier-décorateur, Theodor Jakob, né en 1923 à Berne, reprend la boutique de tapisserie, plutôt traditionnelle, que son père avait ouverte en 1914, dans la vieille ville de Berne. Il change résolument le caractère du magasin avec des meubles modernes et fonctionnels et un design d'avant-garde scandinave et italien. Un photographe et graphiste collaborant pour lui crée, en 1955, la marque «teo jakob» qui n'a pas changé depuis lors. En même temps, il commence à se faire appeler «Teo». Il collabore étroitement avec les écoles d'arts appliqués et de jeunes designers suisses. En 1972, Teo Jakob inaugure un département entièrement consacré aux systèmes de meubles modulaires USM Haller. Encourageant par son soutien les artistes et architectes d'intérieur de style moderne, il a réuni une collection d'art de grande importance. Certaines de ces œuvres se trouvent dans les salles d'exposition des filiales. Teo Jakob est décédé en 2000.

Les besoins en matière de travail et de logement évoluent

L'aménagement d'espaces de bureaux modernes fait partie des compétences clés de Teo Jakob AG. La tendance à l'abandon des postes de travail fixes, le mélange entre espaces de bureau et d'habitation et le souhait d'avoir des espaces plus ouverts pouvant être utilisés de façon encore plus vivante sont des aspects qui ont une influence décisive sur l'aménagement intérieur. «Nous accordons beaucoup d'importance à une planification détaillée, de la répartition de l'espace au choix des textiles et accessoires, sans oublier le concept d'éclairage», explique Simon Flückiger. La grande partie des 115 collaborateurs et collaboratrices de Teo Jakob AG est donc active dans le domaine du conseil et de la planification.

«L'accent dans le conseil est mis sur la personne et non sur les produits», explique Nina Wach, directrice marketing et communication. Les questions suivantes se posent: «Que font les personnes dans les espaces nouvellement aménagés, comment vivent-elles, comment travaillent-elles? Souhaitent-elles pouvoir passer rapidement de l'habitation à l'espace de travail et l'inverse ou pouvoir modifier les espaces facilement et rapidement? Répondre à ces questions conduit à un dialogue étroit entre la clientèle, les architectes et les fournisseurs. «Nous souhaitons donner vie aux espaces en collaborant», ajoute le CEO.

Pas de places de travail fixes

«teo jakob» est un architecte d'intérieur des «bureaux du futur» et l'entreprise incarne cette ambition. Le CEO n'a plus de place de travail fixe. Il se déplace entre les différents emplacements de l'entreprise. «Il est important que nous vivions nous-mêmes cette philosophie. Toute autre manière de faire ne serait pas crédible», déclare-t-il d'un ton déterminé. Nina Wach change elle aussi régulièrement d'emplacement entre Zurich et Berne. «De plus, je me rends au moins une fois par mois à Genève et soutiens les activités régionales, qui sont coordonnées localement», explique la directrice de la communication.

L'entreprise accorde délibérément beaucoup de libertés aux différents emplacements. Les salles d'exposition ne sont pas aménagées selon une présentation de la marque définie de façon rigide. Cela ne serait d'ailleurs pas du tout l'objectif, car la marque «teo jakob» est en soi très diversifiée. «Nous suivons bien entendu une stratégie de marque faitière, mais nous tenons compte des particularités locales et de chaque clientèle», explique Nina Wach. Berne ne réagirait tout simplement pas comme Zurich et à Genève, ce serait encore différent aussi. «Un exemple: lorsque nous organisons un évènement pour 50 personnes à Genève, 100 personnes s'y rendent. A Berne, au contraire, ce sont exactement 50 personnes qui viennent, quant à Zurich, il y aura seulement 30 personnes», déclare-t-elle en riant. «Il est important pour nous que nous soyons toujours en contact étroit avec nos filiales et que nous sachions ce qu'il se passe à chaque endroit, ce qui est mis en œuvre et de quelle manière.»

L'art au lieu de la bière

Cela ne surprend pas que les collaborateurs et collaboratrices de Teo Jakob AG soignent eux aussi leur individualité. L'entreprise offre à cet effet la marge de manœuvre nécessaire. Chaque région a la liberté de s'accorder à la clientèle locale. «Ce qui au contraire relie nos collaborateurs et collaboratrices est le sens commun et le goût du design et de l'art», explique Simon Flückiger. A la place de prendre une bière après le travail, on se rend plutôt de temps en temps ensemble à une exposition. On voit là aussi que l'esprit du fondateur demeure. Il était lui-même un grand amateur d'art et il a, au cours de sa vie, rassemblé une collection impressionnante.

«Cette passion pour l'art et l'architecture d'intérieur nous rassemble. Les collaborateurs et collaboratrices s'identifient fortement à «teo jakob» et à nos produits. Beaucoup sont fiers de travailler ici, également les jeunes», continue le CEO. Vivre cette passion est important pour l'entreprise, car c'est seulement ainsi qu'elle peut être transmise à la clientèle dans le processus de conseil.



Teo Jakob AG

L'entreprise traditionnelle bernoise Teo Jakob AG compte depuis bientôt 70 ans parmi les décorateurs et architectes d'intérieur les plus renommés de Suisse. La maison mère se trouve depuis sa fondation à la Gerechtigkeitsgasse à Berne. Des filiales avec des salles d'exposition se trouvent à Berne, Genève et Zurich. L'entreprise comprend également un centre de décoration d'intérieur à Winterthur. Teo Jakob AG emploie 115 collaborateurs et collaboratrices dans toute la Suisse, dont quatre apprentis/es. Le fondateur de la marque, qui lui a donné son nom, est Theodor Jakob. Il a dirigé l'entreprise pendant 42 ans. En 1992, il a vendu l'œuvre de sa vie à ses cadres de longue date, qui ont alors fondé Teo Jakob Holding AG.

www.teojakob.ch, www.instagram.com/teojakobinterior, www.facebook.com/teojakobinterior

teo jakob

Einrichtung &
Innenarchitektur



Spécial GSE: sucre

LE MAUVAIS

SUCRE = COMMENT DÉMÊLER
LE VRAI DU FAUX?

Qu'est-ce qui est bon et qu'est-ce qui est néfaste? Quelle est la quantité de sucre à ne pas dépasser? La science ne s'accorde pas toujours. Ce texte cherche donc à faire la lumière sur le thème du sucre.

Texte: Adrian Gilgen | Photos: Alfonso Smith

Le sucre est actuellement le «méchant» parmi les nutriments, comme l'était le gras il y a 20 ans. Cet élan est parti de l'article «The toxic truth about sugar», publié en 2012. Au cours des 50 dernières années, l'utilisation de sucre a triplé mondialement. Le fructose naturel, tel qu'on le trouve dans les fruits, est sans risque. Ce qui est problématique c'est le fructose, en particulier sous forme de sucre ajouté, tel que le sirop de maïs riche en fructose et le sucre de ménage (saccharose). On le trouve presque dans tous les aliments, du bretzel au ketchup.

L'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) a déclaré la guerre au sucre depuis 2014. Celles et ceux qui souhaitent mener une vie saine ne devraient pas consommer plus de six cuillères à

café de sucre par jour à partir de denrées alimentaires transformées. Pour comparaison: la population suisse a consommé en 2017 28 cuillères à café de sucre ajouté par jour.

Glucides naturels

Les glucides sont largement répandus dans la nature et se trouvent surtout dans les denrées alimentaires d'origine végétale et seulement en petites quantités dans les produits d'origine animale. Ils assument des fonctions vitales chez les êtres humains, les animaux et les plantes. Les produits suivants par exemple en contiennent:

- céréales, pommes-de-terre
- légumes
- sucres sous forme de sucreries, produits laitiers sucrés, céréales, boissons sucrées, pâtisseries, miel, confiture
- fruits, jus de fruits, fruits secs (sucre de fruit = fructose)
- yogourt nature, lait (sucre laitier = lactose)

Où ils sont ajoutés dans la fabrication de denrées alimentaires transformées à des fins spécifiques (pour édulcorer, épaissir ou lier). Ce sont justement ces sucres ajoutés, tels qu'on les trouve dans les denrées alimentaires comme les desserts, pâtisseries, plats cuisinés, produits laitiers sucrés, miel ou boissons sucrées, qui sont accusés d'être responsables du surpoids, de l'adiposité et du diabète. Des produits apparemment particulièrement sains débordent de sucre. Différents yogourts contiennent aujourd'hui bien moins de matières grasses qu'auparavant, mais par contre d'autant plus de sucre. De nombreuses barres de céréales sont aussi aujourd'hui plus pauvres en matières grasses, mais du coup plus riches en sucres. Le gros problème à la base de cette situation: le sucre est bon marché, il a bon goût et se vend.

Le sucre comme facteur de risque

Le sucre est un facteur de risque isolé pour le surpoids. Le mécanisme est le suivant: le sucre bouleverse le circuit de régulation de l'équilibre énergétique. Le glucose contenu dans le sucre ménager fait fortement augmenter le taux d'insuline à court terme. En conséquence, le taux de glucose dans le sang chute, ce qui implique une sensation de faim déjà peu de temps après un repas. Les personnes qui aiment les sucreries consomment donc automatiquement trop de calories.

D'autre part, le sucre influence le système de récompense du cerveau. Plus exactement: le sucre conduit, tout comme les cigarettes ou la consommation de drogues, à la production de dopamine. Il amène une satisfaction à court terme, mais le corps en demande plus peu après. La question est actuellement sujet à débat de savoir si le sucre n'agirait pas même peut-être comme une drogue, c'est-à-dire en déclenchant une réaction de dépendance.

Le sucre n'a pas de calories «vides». Celles et ceux qui consomment trop de calories par le biais du sucre et qui, en même temps, ne brûlent que trop peu de calories, stimulent le syndrome métabolique: l'association de plusieurs facteurs de risques (surpoids, hypertension, mauvais taux de lipides dans le sang et glycémie élevée) menant à des maladies cardiovasculaires et au diabète.

A quoi pouvez-vous faire attention

En cas d'activité principalement assise avec une activité physique limitée ou un surpoids, les points suivants peuvent être pris en compte:



Notre offre

Nous développons pour vous des offres sur mesure sur le thème de l'alimentation saine au poste de travail. Faites-nous part de vos idées. Nous nous réjouissons de pouvoir relever de nouveaux défis et les mettons en œuvre rapidement et simplement. Veuillez nous contacter, sans engagement, par courriel à bgm@visana.ch ou par téléphone au 031 357 94 74.

- de plus petites portions (un quart de l'assiette) de produits à base d'amidon (pâtes, pommes-de-terre, etc.) aux repas principaux en combinaison avec des protéines et beaucoup de légumes/salade
- mixer des yogourts nature ou du séré avec des fruits frais
- savourer les douceurs et l'alcool en petites quantités

Et si vous n'arrivez pas à vous passer de chocolat, rappelez-vous:

six carrés de chocolat au lait (= 100 kcal) nécessitent

- 6 minutes de montée d'escaliers ou
 - 26 minutes de partie de ping-pong ou
 - 45 minutes de marche,
- pour les éliminer.



Collaborateur de Visana en point de mire
«ON DOIT FAIRE

PREUVE
D'EMPATHIE»

Thomas Irminger est chargé du suivi de la clientèle entreprises et des courtiers en Suisse orientale. Le conseiller aux entreprises a emménagé dans son bureau à Zurich Altstetten il y a une année. Il n'y passe toutefois pas beaucoup de temps, car il doit et veut être au plus près de la clientèle et du marché. Il travaille donc souvent à l'extérieur.

Texte: Stephan Fischer | Photos: Alfonso Smith

Thomas Irminger estime ses déplacements professionnels à «environ 20 000 kilomètres parcourus en voiture chaque année». Et il aurait encore bien plus de kilomètres à son compteur s'il ne planifiait pas exactement ses activités de service extérieur. «Cela ne fait pas trop de sens de se déplacer d'un bout à l'autre de la Suisse orientale le même jour. C'est pourquoi j'essaie d'organiser de façon optimale mes rendez-vous d'un point de vue géographique», explique-t-il.

Débuter juste avant la «belle saison»

Le Zurichois conseille la clientèle Visana depuis une année dans les cantons d'Appenzell, de Schaffhouse, de Saint-Gall et de Thurgovie. Ses débuts ont été ardues, se souvient Thomas Irminger, car il n'a pas été possible d'effectuer de transition avec son prédécesseur avant son départ. Et pourtant, avec l'arrivée de l'automne, il se trouvait au seuil de la «saison mouvementée des ventes». «J'ai donc commencé à la plus belle sai-

son», commente Thomas Irminger avec un sourire. Malgré tout, il a trouvé la phase d'adaptation passionnante et a énormément appris très rapidement.

Il attribue une grande partie du succès de ses débuts chez Visana à l'équipe avec laquelle il collabore et partage le bureau. «Il est important qu'on cultive une bonne collaboration et qu'on aille de temps en temps boire un verre après le travail. Chaque membre de l'équipe amène ses propres forces et faiblesses, on se soutient mutuellement», explique Thomas Irminger avec conviction.

Tout n'est pas nouveau

Thomas Irminger amène une grande expérience dans le domaine d'affaires de la clientèle entreprises. Après avoir passé les 15 dernières années chez Innova, il a décidé de tenter le passage chez Visana durant l'été passé. «Je cherchais à relever un nouveau défi et je n'ai jamais regretté ma décision jusqu'à présent. Cela m'a plutôt donné un nouvel entrain intérieur», explique-t-il.

Un gros avantage qui a facilité ses débuts chez Visana a été le fait qu'il s'occupait de la même région auprès de son employeur précédent et qu'il connaissait donc déjà près des trois quarts des courtiers. C'est d'une grande utilité, car le réseau personnel est un facteur déterminant dans les affaires courantes d'un conseiller aux entreprises.

Fournir un soutien et des solutions

Parallèlement au bon réseau sur le marché, la fiabilité, la durabilité et l'expérience comptent parmi les conditions les plus importantes aux yeux de Thomas Irminger afin d'agir avec succès dans cette branche. «On doit évidemment aussi avoir du plaisir à proposer des prestations de services, à aider la clientèle à s'orienter dans le monde complexe des assurances et à lui proposer des solutions.

Il dit qu'on doit aussi pouvoir faire face à des défaites, à des offres manquées. L'expérience qu'il a acquise au cours de son ancienne carrière de hockey sur glace l'aurait beaucoup aidé. Mais son attitude toujours positive est également un atout dans son activité. La devise de Thomas Irminger «On doit faire preuve d'empathie» ne se réfère pas uniquement au quotidien professionnel, mais aussi à la vie en général.

Tout n'a pas changé

Même après plus de 25 ans en tant que conseiller en assurances, Thomas Irminger éprouve toujours autant de plaisir dans son travail. Evidemment, la numérisation a changé énormément de choses. «La plus grande différence par rapport au passé est que les clients sont à présent bien mieux informés

Un homme dévoué à sa famille

Thomas Irminger (52 ans) habite avec sa famille à Pfungen, près de Winterthur. «Ma fille a huit ans et me tient constamment en haleine», explique-t-il en riant. Des excursions familiales sont régulièrement au programme de ses loisirs. En été, Thomas Irminger fait souvent du vélo et en hiver, du ski. Cuisiner, pour lui-même et pour sa famille, fait aussi partie de ses passe-temps. Il a raccroché ses patins après une carrière de hockey sur glace de près de 20 ans (jusqu'en 1^{re} ligue à Effretikon): «C'était une très bonne école de vie. J'ai entre autres appris à me relever après des défaites.»



qu'auparavant, grâce à Internet. Les conseillers doivent donc encore mieux connaître leur domaine», explique-t-il. Malgré la numérisation, le contact personnel, le dialogue et les compétences de conseil restent les facteurs de succès décisifs, parallèlement bien sûr au montant des primes et à la qualité des prestations de services. Et là aussi, Visana évolue sur des bases solides, affirme Thomas Irminger.



Au moins une entreprise sur deux a déjà fait l'objet d'une cyber-attaque. Ce chiffre pourrait être encore plus élevé, étant donné que les statistiques ne tiennent compte que des cas annoncés. Les entreprises devraient envisager une évaluation individuelle des risques par des spécialistes et la conclusion d'une cyber-assurance.

Entretien: Stephan Fischer | Photos: Mauro Mellone, m2d

Suivre la situation dans le cyber-espace, analyser les cyber-menaces et planifier les mesures de protection contre les cyber-attaques sont quelques mandats à la charge du département «Cyber Défense» de l'armée suisse. Avec l'introduction d'une cyber-formation pour les recrues, l'armée forme depuis peu, dans la milice, ses propres spécialistes. Thomas Bögli dirige le département et parle de la situation de menace pour les entreprises suisses.



La cyber-menace est un fait. Quelle question vous pose-t-on le plus fréquemment?

Thomas Bögli: «Sommes-nous en sécurité?» Et ma réponse est: non, la sécurité absolue n'existe pas. On peut se protéger contre de nombreux acteurs et risques, mais une protection complète est impossible.

Qu'en est-il de la sécurité dans l'économie suisse?

Je pense que le secteur bancaire, par exemple, est bien armé. Concernant les PME, la situation est souvent différente, en particulier pour celles de taille très modeste, en raison du manque de ressources. Le problème est qu'il leur manque les possibilités de mettre en œuvre les mesures préventives appropriées qui permettent de reconnaître une attaque ou de contrer celle-ci. Elles ne remarquent souvent que les effets.

Que devraient faire ces PME?

Se poser d'abord la question de savoir quelles sont leurs données les plus précieuses, c'est-à-dire les informations les plus importantes. Celles-ci doivent être particulièrement bien protégées, par exemple sur un ordinateur séparé n'étant pas connecté à Internet ou sur un réseau interne très protégé. Les bre-

vets, la documentation sur le développement et les documents similaires ne doivent pas être stockés dans les ordinateurs qui sont connectés au reste du monde.

Quelle méthode est en vogue à l'heure actuelle chez les cybercriminels?

Les logiciels de rançon («ransomware»). Ce sont des programmes qui cryptent les données. Vous ne pouvez de nouveau y accéder que contre paiement. Surtout pour les petites entreprises, le fait qu'elles n'aient plus aucun accès à leurs données ni à un système de sauvegarde peut avoir des conséquences désastreuses. Vous trouverez de plus amples informations dans «Melani», la Centrale d'enregistrement et d'analyse pour la sûreté de l'information de la Confédération (www.melani.admin.ch).

Que pensez-vous des solutions de cloud pour les entreprises?

Elles ne sont pas mauvaises en soi. La question déterminante est de savoir où se trouve le serveur du cloud et qui l'exploite. A l'étranger, s'appliquent d'autres dispositions relatives à la protection des données que celles en vigueur en Suisse. La confiance dans le fournisseur est également importante. A titre de protection supplémentaire, je crypterais néanmoins les données dans le cloud.

La cyber-assurance a-t-elle du sens?

Selon la valeur des données à protéger, cela peut avoir du sens de les protéger également contre les cyber-attaques. Afin que les assurances puissent payer en cas de problème, on doit, en tant qu'entreprise, selon l'assurance, d'abord mettre en œuvre certaines mesures de protection informatiques, qui contribuent en définitive à la cyber-sécurité dans tout le pays.

www.visana.ch/cyber_edge

Thomas Bögli est le chef du domaine Cyber Défense de l'armée suisse. www.cyberdefence.ch

Journée Stop Risk consacrée aux sports de montagne, en Valais

PLAISIRS EN

MONTAGNE SANS ACCIDENT

La randonnée et l'escalade dans les montagnes suisses ont le vent en poupe, pourtant les activités de loisirs ne sont pas sans danger. Des milliers d'adeptes de la randonnée en montagne se blessent chaque année. Lors de la journée Stop Risk consacrée aux sports de montagne, axée sur la pratique, qui se tiendra le 6 septembre 2019 en Valais, les participantes et participants seront sensibilisés aux risques inhérents aux sorties en montagne.

Texte: Sandra Bittel | Photo: Aline Kiener

Chaque randonnée en montagne et chaque parcours d'escalade doivent être planifiés à l'avance de manière réaliste quant au choix de l'itinéraire, de la durée et des alternatives possibles. L'équipement adéquat et les gestes à connaître en cas d'urgence font également partie des thèmes centraux de cette journée. En tant que participants et participantes, profitez de l'expérience des guides de montagne professionnels. 100 participations gratuites sont mises à la disposition des collaboratrices et collaborateurs de la clientèle entreprises de Visana.

20 000 personnes blessées en montagne

Il existe un potentiel important en matière de prévention dans les domaines de la randonnée, de l'escalade et de l'alpinisme. Le Bureau de prévention des accidents (bpa) dénombre plus de 20 000 blessés/es par an. La majorité des accidents concernent les personnes âgées de 46 à 64 ans. Les accidents les plus fréquents sont les chutes entraînant des blessures aux chevilles, aux genoux, aux poignets et aux doigts. Chaque année, environ 80 chutes sont fatales.

La journée Stop Risk consacrée aux sports de montagne permet d'apprendre à identifier et à analyser les risques, de rafraîchir leurs connaissances et de développer leurs compétences. Des guides de montagne expérimentés accompagnent et instruisent les participantes et participants en petits groupes, sur le terrain (randonnée en montagne ou parcours d'escalade).

100 inscriptions gratuites pour la clientèle de Visana

Cette année, Viège en Valais est le point de départ de la journée Stop Risk, organisée le 6 septembre 2019. Les randonneurs et randonneuses partent de là pour se rendre dans la val-

Journées Stop Risk: prévention des accidents

Plus de 500 000 accidents se produisent chaque année durant les loisirs. Les activités sportives en montagne, pratiquées aussi bien en été qu'en hiver, sont responsables d'un bon nombre d'entre eux. C'est pourquoi Visana s'engage activement dans la prévention des accidents. Par exemple en organisant les journées Stop Risk axées sur la pratique dans les domaines des sports d'hiver, de la course à pied et des sports de montagne, en collaboration avec des spécialistes. Ces journées sont destinées à sensibiliser aux risques encourus et à faire vivre la prévention au plus près de la pratique. Les journées Stop Risk sont gratuites pour les collaboratrices et collaborateurs de la clientèle entreprises de Visana. Vous trouverez plus d'informations à ce sujet sur www.visana.ch/gestiondelasante > Menu pour la clientèle entreprises > GSE > Séminaires et événements.

lée du Saas, un bus emmènera les personnes en route pour l'escalade à Nax/Saillon, dans le Bas-Valais. Visana offre 100 participations gratuites aux collaboratrices et collaborateurs de sa clientèle entreprises. Sont inclus un café de bienvenue avec petit pain, un en-cas, ainsi que l'encadrement par des guides de montagne expérimentés. Le voyage aller-retour doit être organisé individuellement. Chaque participant/e apporte son propre repas de midi. Les inscriptions sont possibles dès maintenant sur www.visana.ch/clientele_entreprises et seront prises en compte dans l'ordre de leur réception.



Connaissez-vous déjà notre blog? Si ce n'est pas le cas, cliquez sur l'élément du menu «blog», lors de votre prochaine visite sur notre site Internet, en haut dans la navigation principale. Vous y trouverez des articles intéressants et des informations précieuses en matière de santé, d'alimentation, d'activité physique ainsi que sur nos prestations de service.

Texte: Georges Althaus | Photo: Visana

Un blog est un journal de bord en ligne, pour lequel divers auteurs/es, nommés blogueurs et blogueuses, publient régulièrement des articles. Sous www.visana.ch/fr/blog, vous trouverez en général chaque semaine au moins un nouvel article. Les articles relatifs à des thèmes spécifiques à l'assurance seront particulièrement susceptibles de vous intéresser ainsi que les nouveautés de Visana, que vous pouvez lire régulièrement sur le blog.

La santé, un thème important pour les entreprises

Les autres articles sont évidemment tout aussi intéressants. La santé, l'alimentation et l'activité physique sont des thèmes qui

concernent les employeurs autant que les collaboratrices et collaborateurs (mot clé: gestion de la santé en entreprise). Celles et ceux qui optent pour un style de vie relativement actif et sain tombent moins souvent malades et causent donc moins de coûts relatifs aux absences à l'entreprise. Cela nous ferait plaisir, si vous visitiez notre blog Visana, à l'occasion. Et si un article vous plaît, n'hésitez pas à l'exprimer en lui attribuant un «J'aime».

www.visana.ch/fr/blog

GAGNEZ UNE CEINTURE DE SPORT POUR SMARTPHONE

Le smartphone est pour beaucoup un compagnon indispensable, même en faisant du sport. Protégez-le en utilisant cette ceinture de sport pour smartphone, en lycra de haute qualité et résistant à l'eau. Vous pouvez même utiliser votre smartphone à travers la fenêtre transparente, sans le sortir de la ceinture. Participez à notre tirage au sort et gagnez une ceinture de sport pour smartphone. Nous mettons en jeu trois de ces ceintures pratiques. Pour gagner, répondez à la question suivante:

Quel terme désigne le sucre de table blanc?

Scoliose, saccharose ou kolkhoze?

Vous pouvez participer au tirage au sort sur www.visana.ch/tirageausort. Scannez le code QR afin d'accéder directement au formulaire du concours. La date limite de participation est fixée au 21 juin 2019.

