



LES APARTÉS

Jubilés

Fêter ensemble

1/2024

LES APARTÉS

CHANGEMENT DE PERSPECTIVE

Dans la tourmente

20

PORTRAIT

Équipe de la soirée
du personnel

4

NOTRE POINT DE VUE

« La voie vers
les meilleurs »

8

FAITS & CHIFFRES

Dans l'esprit de la fête

14

MARKETING DE L'EMPLOYEUR

Le kaléidoscope
de carrière

16

ÉDUCATION

Ce que signifie la
réforme de la formation

26

COLLABORATEURS

Jubilés, Retraite,
Chronique

30

PHOTO DE COUVERTURE



Une table festive raconte des histoires de tradition, de créativité et de plaisir du partage. Elle est l'expression de l'hospitalité et du soin, un lieu de rencontre où l'on partage des histoires et où l'on crée des souvenirs.

Regarder en arrière sans colère

« Gardons ce qui est ancien, s'il est bon, mais créons à toute heure du nouveau sur le fondement ancien. »¹

Que nous considérions 1599 comme la date de naissance de notre entreprise ou que nous fixions le début de l'histoire de notre entreprise à 1799 et à la première génération de la famille Stämpfli : de nombreuses décennies, de nombreux événements, de nombreuses histoires sont derrière nous.

Les temps n'ont jamais été calmes. En 1799, Berne était la nouvelle capitale de la République helvétique et le grondement de la Révolution française résonnait encore. Plus tard, les changements survenus en Europe après le Congrès de Vienne ont également touché la Suisse. Avec la création de l'État fédéral en 1848, le calme était loin d'être revenu dans le pays. Suivirent des années d'industrialisation, de nouveaux conflits européens et enfin la Première Guerre mondiale. La grève nationale de novembre 1918 a été le point de départ de nombreux changements politiques et sociaux dans le pays. La Seconde Guerre mondiale, en tant que signe pour le monde, touchait déjà la génération qui nous a précédés : notre père et notre oncle ont effectué leur service actif.

Aucune génération n'a pu vivre et travailler aussi longtemps sans être troublée que celle d'aujourd'hui. Bien sûr, je me souviens de la crise de Cuba en 1962, de l'invasion de la Tchécoslovaquie par la Russie en 1968. Je me souviens de la crise pétrolière de 1973. Je ne peux pas oublier les guerres dans les Balkans et les événements horribles du milieu des années 1990. Les collaborateurs portent cette mémoire dans notre entreprise.

Mais dans l'ensemble, la Suisse a connu des décennies d'essor. Parallèlement, l'industrie graphique s'est profondément transformée. La composition au plomb a disparu. L'imprimerie de livres a fait son temps. Lorsque je suis entré dans l'entreprise en 1984, notre credo était le suivant : *Stämpfli sait comment faire des livres*. Aujourd'hui, nous communiquons à *échelle humaine*. L'évolution de la technologie et du monde du travail est un défi. Elle marque profondément notre branche. De nombreuses entreprises, même importantes, grandes et petites, ont disparu. Le regard vers l'avant : que va-t-il se passer ? L'horizon s'est assombri : flux migratoires, guerre en Ukraine, à nouveau la guerre au Proche-Orient. Des politiciens despotiques se manifestent dans certains pays. Les changements climatiques nous inquiètent. Quel sera l'impact de l'intelligence artificielle ?

« L'avenir, tu n'as point à le prévoir, mais à le permettre. »² Telle est la mission de chaque génération. Nos prédécesseurs, dans les trois premières générations des femmes avec un bilan élogieux, nous ont montré l'exemple : quels que soient les défis, il s'agit d'organiser l'avenir de l'entreprise de manière à ce qu'elle puisse survivre. Aujourd'hui comme hier, ce ne sont pas les performances individuelles qui font le succès. C'est pourquoi mon frère et moi essayons toujours de créer le succès en regardant en arrière avec gratitude et en étant conscients du présent : à l'échelle humaine et individuelle.

¹ « Lasset uns am Alten, so es gut ist, halten, aber auf den alten Grund Neues schaffen jede Stund. » (Proverbe, trouvé à Brienz dans la Grueben).

² Antoine de Saint-Exupéry, *Citadelle*, 1948.

PORTRAIT

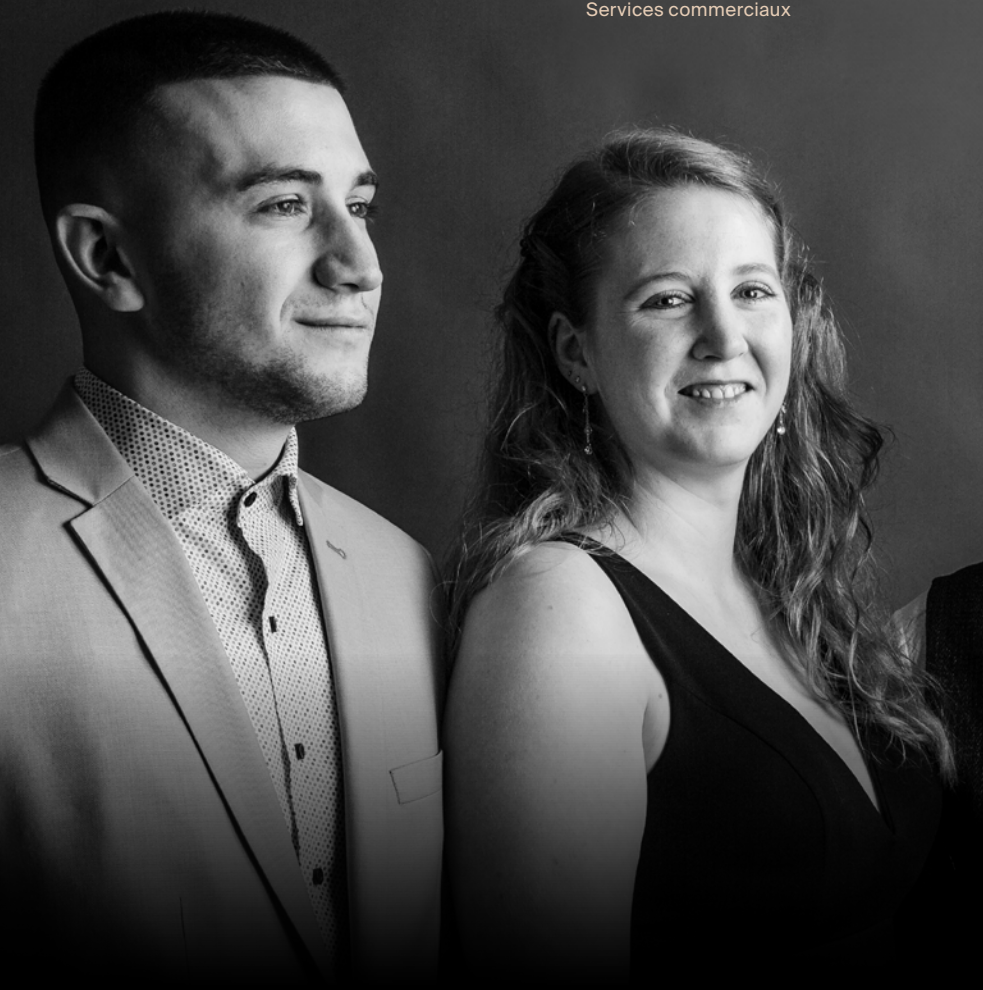
ÉQUIPE DE

Timon

Chef de projet
Médias numériques

Anna

Responsable
Services commerciaux



DU PERSON

4

Texte CHARLOTTE KRÄHENBÜHL

Photographie BEAT REMUND

LA SOIRÉE

Toni

Chef Gestion des données
de production et tAVOR

Rebecca

Cheffe de projet client
Imprimés



NNEL

En février, les quelque 300 collaborateurs de l'entreprise Stämpfli accueillent traditionnellement la nouvelle année par une grande fête, appelée « Auf-takt » (le coup d'envoi). À cette époque de l'année, le service financier a les chiffres de l'année passée à jour, qui sont présentés aux collègues au début de la manifestation. C'est pour ainsi dire le devoir avant l'exercice libre – ensuite, on fait la fête.

Qui est derrière tout ça ?

Le lancement est organisé par quatre collaborateurs : Anna Lang, responsable Services commerciaux, Rebecca Zenklusen, cheffe de projet client Imprimés, Toni Glücki, chef Gestion des données de production et tAVOR, et Timon Kramer, chef de projet Médias numériques. Les préparatifs occupent l'équipe toute l'année, peut-être un peu moins au début, mais de manière d'autant plus intensive que la date du grand jour approche. Comment ces quatre personnes parviennent-elles à organiser un événement aussi important en plus de leurs tâches habituelles ? Le point le plus important : ils y prennent beaucoup de plaisir. Et ce qui est également important pour que la charge de travail ne soit pas trop importante : l'équipe de quatre personnes veille non seulement à ce que les tâches à accomplir soient réparties équitablement entre elles, mais elle tient également compte des intérêts, des préférences, des expériences et des compétences de chacun. Ainsi, Anna s'occupe de tout ce qui est numérique, Toni est là depuis le plus longtemps et connaît les besoins et les préférences des collaborateurs des différents départements, et Timon, le plus jeune membre de l'équipe, apporte de nouvelles idées. Cette année, par exemple, une afterparty a été

organisée pour la première fois et a été très appréciée. Il est de toute façon évident que Rebecca, en tant que Valaisanne, choisit le vin. L'événement porte la marque indéniable de l'équipe de la soirée du personnel et donc de la culture d'entreprise de Stämpfli.

Qui ordonne ?

Ce qui contribue également à l'ambiance particulière de Stämpfli : les exigences de la direction sont minimales, l'équipe d'organisation dispose d'une grande liberté d'action dans le cadre du budget. Même Peter et Rudolf Stämpfli ne savent pas ce qui les attend lors de la soirée. Cette liberté créative est une raison importante pour laquelle les quatre organisent avec autant d'élan et de plaisir. Cette soirée est leur bébé, ils peuvent en revendiquer pleinement le succès.

Des préparatifs en continu

À peine un événement est-il terminé que l'on tend l'oreille pour la prochaine soirée, que l'on fixe rapidement la nouvelle date. Quel endroit cool pourrait entrer en ligne de compte ? Quel sera le thème de la prochaine fête ? Chacun fait des propositions, tous gardent les yeux et les oreilles ouverts. Les collègues gardent un excellent souvenir de la soirée d'il y a deux ans, lorsque les vêtements les

plus incroyables et les accessoires les plus colorés avaient été sortis du placard sur le thème des années 1980. Cette année, la consigne était la tenue de soirée – un thème qui avait déjà animé les discussions à la table du dîner des semaines à l'avance. Un point du programme est déjà devenu une tradition : comme Stämpfli dispose de l'équipement nécessaire et des spécialistes, il est possible de prendre des photos instantanées dans un coin spécialement aménagé à cet effet sur le lieu de la manifestation. Il va de soi que plus la soirée avance, plus les photos sont décalées et joyeuses. Et comme c'est amusant lorsque l'on

sort les photos des archives quelques années plus tard !

Applaudissements à la fin

L'équipe de la soirée du personnel attend toujours avec impatience et un peu de nervosité le feed-back. Celui-ci est traditionnellement positif, les collègues manifestent spontanément et directement leur joie d'avoir réussi la fête. L'équipe peut aussi parler des flops et des idées moins réussies, cela fait partie du processus. Mais cela permet d'enrichir l'expérience – afin que l'année prochaine, une nouvelle fête géniale soit mise sur pied.

L'événement porte la marque indéniable de l'équipe de la soirée du personnel et donc de la culture d'entreprise de Stämpfli.

Les Apartés 1/2024

L'ÉQUILIBRE DE VIE MULTIPLIÉ PAR QUATRE

TIMON KRAMER aime la musique, surtout le hip-hop, la house et la techno. Il a joué au unihockey, mais a abandonné ce sport de compétition il y a deux ans, notamment pour se consacrer pleinement à ses ambitions professionnelles. Il aime s'engager dans des projets et des groupes qui font plaisir, par exemple dans l'équipe de la soirée du personnel.

ANNA LANG dessine et peint avec différents médias. Elle aime beaucoup le jeu. Récemment, elle a construit elle-même un ordinateur avec des pièces détachées commandées et à l'aide de YouTube. Et il fonctionne ! De plus, Anna aime les plantes et le jardinage, et ses chats contribuent aussi beaucoup à son équilibre de vie.

TONI GLÜCKI travaille à temps partiel et enseigne à l'école professionnelle en plus de son activité chez Stämpfli. Toni aime surprendre sa famille avec ses talents de cuisinier – il préfère simplement regarder dans le réfrigérateur et concocter un menu avec ce qui est disponible. Personne ne s'est jamais plaint, dit-il.

REBECCA ZENKLUSEN joue au football depuis 21 ans au FC Brig-Glis. En dehors du terrain de football, elle passe beaucoup de temps dans la nature, à pied dans les montagnes en été et à ski en hiver. D'autres activités sportives comme le yoga et le fitness l'aident à décompresser après une journée de travail stressante et à trouver son équilibre de vie.

« LA VOIE VERS LES MEILLEURS »

Focus plutôt que grandeur

Le groupe Stämpfli – fondé en tant qu'entreprise il y a 425 ans et détenu par la famille Stämpfli depuis 225 ans – a été témoin de plusieurs changements. Les changements dans les secteurs de la communication, de l'édition, de l'impression et des médias sont toujours et encore énormes. Le terme « disruption », également défini comme « interruption » ou « destruction », est compris par le groupe Stämpfli comme un grand changement structurel à une vitesse immense. Dans un entretien avec la direction de la rédaction des Apartés, Dorothee Schneider (DSc), directrice des Éditions Stämpfli depuis neuf ans, et Daniel Sinn (DSi), directeur de Stämpfli Communication depuis dix ans, racontent comment les deux entreprises du groupe Stämpfli gèrent le changement et les défis correspondants.



Stämpfli fête son 225^e anniversaire. Qu'est-ce que cela signifie pour vous en tant que responsables de cette entreprise ?

DSc: Stämpfli est une entreprise riche en traditions – plus vieille que l'EPFZ ! J'y pense parfois lorsque j'ai affaire à des professeurs. Et je trouve que cela se ressent aussi dans l'entreprise. Face à toutes les crises que nous traversons, comme la crise du papier et de l'énergie ou la mutation des médias, nous avons, en tant qu'entreprise familiale, un peu plus de souffle. Après tout, nous avons déjà survécu à deux guerres mondiales.

DSi: Le jubilé se réfère «seulement» au fait que l'entreprise est entre les mains de la famille Stämpfli depuis 225 ans ; l'entreprise elle-même a été fondée il y a 425 ans. Je m'en rends compte à chaque fois que nous avons l'impression, en raison de situations difficiles, que les choses n'ont jamais été aussi mauvaises qu'aujourd'hui. Mais ce n'est pas vrai, ni en termes de crises politiques et sociales, ni en termes de changements dans le secteur de la communication et des médias. Tout s'est certainement accéléré, mais il y a toujours eu des changements fondamentaux.

Le secteur de la communication et des médias est-il plus touché que d'autres par les changements actuels ?

DSi: Bien sûr, il y a des secteurs qui sont moins touchés par la disruption. Mais dans la plupart des autres secteurs, des changements comparables sont en cours. Pour nous, les nouvelles technologies sont les moteurs du changement. Nous devons être ouverts au maximum à leur égard, mais en même temps sélectifs au maximum. C'est la seule façon de découvrir ce qui est ou pourrait devenir

vraiment pertinent à l'heure actuelle. Mais il ne faut jamais ignorer une nouvelle technologie ou la considérer comme un battage publicitaire, mais être ouvert avec curiosité.

DSc: Je suis du même avis. Il n'y a guère de secteur qui ne soit pas touché en ce moment. Mais à mon avis, cela n'est pas tant lié à la technologie. Ce qui est beaucoup plus grave, c'est ce qui se passe actuellement dans la société, comment nous recevons les contenus et ce que nous en faisons. Nous avons désappris à lire correctement – c'est-à-dire à comprendre, à interpréter et à poursuivre la réflexion sur des textes – et ne pouvons donc plus guère nous faire notre propre opinion. De plus, nous nous laissons de plus en plus guider par des images et des vidéos. Je trouve tout cela dramatique.

Et comment abordez-vous les changements sociaux au sein de la maison d'édition ?

DSc: Ils sont une chance : nous pouvons agir comme un garant de qualité avec notre marque. Nous devons réussir à offrir, dans la surabondance d'informations numériques, celles qui sont attestées. Auparavant, les éditeurs étaient ceux qui savaient comment imprimer les contenus, puis ceux qui savaient comment les livres parvenaient aux gens, et maintenant, ce sont eux qui savent quels contenus sont pertinents. Il est de plus en plus important que nous aidions les utilisateurs à trouver rapidement les bonnes informations, car le temps passé à les chercher est leur plus grand *pain point*.

Retour à la technologie. Stämpfli propose tout d'une seule source. Est-ce que cela vaut aussi pour les choses technologiques ?

DSc: Les Éditions Stämpfli ont développé beaucoup de choses elles-mêmes, en partie en coopération avec Stämpfli Communication. Nous achetons aussi du savoir-faire à des prestataires de services, sinon le travail ne serait pas réalisable. On a besoin des partenariats avec d'autres entreprises pour pouvoir continuer à se développer.

DSi: Il va de soi que nous devons maîtriser tous les canaux – imprimés et numériques. La clientèle souhaite de plus en plus un fournisseur qui comprend et maîtrise tous les canaux de communication, tous médias confondus. En ce qui concerne les partenariats avec des prestataires externes, nous avons opéré un changement: il y a quelque temps, nous avions le réflexe de proposer autant que possible tous les services en interne. Aujourd'hui, nous nous demandons toujours s'il est judicieux de mettre en place une prestation en interne ou si, en fonction des exigences du client, nous ne ferions pas mieux d'impliquer des partenaires de réseau spécialisés. Grâce à eux, nous pouvons proposer et mettre en œuvre plus rapidement une solution de communication adaptée. Lors du choix de nos partenaires, nous évaluons aussi bien les fournisseurs renommés que les start-up, qui apportent parfois des idées très intéressantes.

Ce changement de mentalité a-t-il déjà entraîné des changements ?

DSi: Oui, nous avons décidé de ne plus développer nous-mêmes un logiciel PIM. Ce qui était pertinent il y a 20 ans, faute d'alternatives, est aujourd'hui une activité internationale dans laquelle la concurrence est énorme. Il en a été de même pour les

prestations de marketing d'abonnement, qui ont perdu de leur importance chez nous en raison des changements intervenus du côté des clients. Les clients veulent avoir leurs données chez eux et exploitent eux-mêmes les outils logiciels disponibles. C'est pourquoi nous avons également cédé ce secteur l'année dernière. D'une manière générale, nous nous trouvons dans un processus où nous nous concentrons davantage, selon la devise «La voie vers les meilleurs». Cela signifie que nous voulons faire partie des meilleurs pour les prestations que nous proposons. Mais pour y parvenir, nous ne pouvons pas être au four et au moulin.

DSc: Chez nous, dans la maison d'édition, le renoncement a une connotation positive similaire. On ne doit pas et on ne devrait pas tout faire. Nous venons de terminer un processus stratégique intensif qui a duré deux ans. Cela nous a permis de clarifier ce que nous ne voulons plus faire à l'avenir. Cela libère de l'énergie pour les domaines dans lesquels nous voulons et pouvons réussir.



«Ce qui est important, c'est la force d'innovation et la capacité de changer en permanence, mais aussi de toujours rentabiliser les prestations afin de pouvoir continuer à investir.»

Daniel Sinn
Directeur Stämpfli SA

Mais l'offre de prestations n'est pas seulement réduite, elle est aussi élargie, par exemple avec la personnalisation dans le domaine de l'impression. Pouvons-nous faire partie des meilleurs dans ce domaine ?

DSi : L'individualisation dans la communication est une évolution passionnante et très dynamique. La tendance est là, et nous la ressentons clairement, avec une pertinence croissante pour notre activité. Imprimer des centaines de milliers d'exemplaires du même type et les envoyer à tout le monde, c'est fini pour divers produits imprimés. Mais cela ne signifie pas que l'imprimé est mort. Au contraire, les canaux imprimés et en ligne doivent être bien coordonnés. Les messages sont distribués de manière de plus en plus ciblée et adaptée au groupe cible – c'est-à-dire personnalisée ; les expéditeurs atteignent ainsi leurs destinataires malgré l'énorme flux d'informations. De plus, le succès des mesures de communication devient mesurable. L'individualisation n'en est qu'à ses débuts et, pour des raisons stratégiques, nous sommes à l'avant-garde.



« Nous devons réussir à offrir, dans la surabondance d'informations numériques, celles qui sont attestées. »

Dorothee Schneider
Directrice Éditions Stämpfli SA

DSc : Au sein de la maison d'édition, nous sommes en mesure de structurer nos données et de les mettre en forme de manière à ce que les clients puissent eux-mêmes rassembler les informations souhaitées. L'impression est une option, tout comme les formes d'exploitation numérique. Pour l'instant, cette prestation n'est pas encore très demandée, car notre clientèle préfère encore les unités de contenu habituelles, c'est-à-dire le livre et la revue. Mais sur le plan technologique, nous serions prêts.

La disposition à payer sur Internet diminue. Quelles sont les offres de la maison d'édition pour ceux qui sont prêts à payer ?

DSc : En forçant un peu le trait : nous disons à nos clients tout ce qu'ils ne doivent pas lire. Pour les avocats et les juristes, le temps c'est de l'argent. S'ils savent que les informations que nous leur fournissons sont si pertinentes qu'ils peuvent se passer de tout le reste, cela vaut de l'argent pour eux. La commodité – par exemple trouver rapidement des informations et les intégrer facilement dans un mémoire – est également très importante.

DSi : En matière de communication, nous voyons cela dans le contexte de notre offre autour du magazine web. C'est l'équivalent en ligne d'un magazine imprimé. C'est un produit passionnant, mais qui entre en concurrence avec une édition imprimée payante s'il pouvait être consommé gratuitement. Les deux canaux doivent en outre offrir l'utilité correspondante.

DSc : La maison d'édition propose également des magazines, et l'argument revient souvent : uniquement sous forme numérique, nous économiserons ainsi les frais de port. Mais le papier n'est qu'un facteur de coût parmi d'autres, car beaucoup d'autres

choses se passent avant l'impression. En outre, il faut faire la différence entre la fonction «push» et la fonction «pull»: si l'on dépose un magazine imprimé dans la boîte aux lettres, il est alors chez les lecteurs. Avec une offre purement numérique, on ne peut qu'espérer qu'ils visitent le site web. Si ce n'est pas le cas, on perd le contact. Un argument de poids face aux éditeurs qui s'interrogent sur les économies potentielles.

DSi: Je suis d'accord avec toi.

Il est dommage de préparer des contenus passionnants de manière qualitative et d'en faire quelque chose au niveau de la conception, mais de ne pas utiliser ensuite tous les canaux disponibles uniquement parce que l'un d'entre eux est soi-disant cher.

Un autre aspect de tous les processus de changement est celui des collaborateurs. Comment les impliquer avec succès?

DSc: Dans la maison d'édition, nous proposons des formations internes et organisons des événements de formation continue facultatifs à midi. Nous faisons également appel à des personnes externes pour qu'elles partagent leurs connaissances avec nous. Je trouve les exigences actuelles incroyablement élevées: comment réussir à rester dans le coup, à suivre les bons thèmes et à les mettre en œuvre de manière profitable? Comment travailler avec toujours plus de nouveaux outils? Et on exige de plus en plus des collaborateurs qu'ils travaillent comme des entrepreneurs ou des chefs de projet. Cela exige beaucoup de tous.

DSi: Stämpfli Communication collabore à cet égard avec la maison d'édition dans certains domaines. Chez Stämpfli, nous entretenons une culture d'entreprise qui encourage

l'implication des collaborateurs. Mais cela ne fonctionne que parce que de nombreux collaborateurs s'intéressent, par motivation personnelle, à des thèmes nouveaux et orientés vers l'avenir. En même temps, nous ne pouvons pas tout faire. Dans tout cela, il est important que les collaborateurs soient ouverts à la formation continue. Mais tous ne doivent pas être impliqués de la même manière dans tous les thèmes numériques ou, par exemple, dans le développement de l'intelligence artificielle. Cela dépend du domaine d'activité et de l'importance des changements.

Où pensez-vous que le groupe Stämpfli se situera dans dix ans?

DSi: Je pars du principe que le processus en cours de recentrage sur certaines prestations et certains points forts constitue la base des activités futures et du positionnement de Stämpfli sur le marché. C'est ainsi que le succès sera possible à long terme. Ce qui est important, c'est la force d'innovation et la capacité de changer en permanence, mais aussi de toujours rentabiliser les prestations afin de pouvoir continuer à investir.

DSc: Je pense que cette entreprise, quel que soit son nom ou son domaine d'activité, sera active avec succès en Suisse, car je pense qu'elle a une incroyable capacité de changement. Nous avons une vision réfléchie des changements, nous ne devons pas être partout à la pointe des évolutions. Mais nous sommes capables d'évoluer dans ce sens. Je pense en outre que le régionalisme, qui va à l'encontre de la mondialisation, va acquérir une valeur que nous pouvons servir. La Suisse est synonyme de sécurité, de qualité et de fiabilité. Ce sont des valeurs qui vont devenir encore plus importantes.



Dans l'esprit de la fête

Les jubilés sont l'occasion de regarder en arrière et de faire revivre l'histoire commune. Mais surtout, on se tourne vers l'avenir, plein d'enthousiasme pour ce que l'on peut créer et ce qui peut encore arriver. Chez Stämpfli, nous ne sommes pas les seuls à fêter un jubilé cette année, d'autres sont d'humeur festive et le célèbrent à leur manière.

40 ans

ZÜRI WEST

Züri West a été fondé à Berne début février 1984. Dès leur deuxième album *Bümpliz-Casablanca* (1989), ils ont réussi à percer et sont devenus un groupe culte. À l'occasion du jubilé, le journaliste et auteur This Wachter ainsi que le coproducteur et sound designer Simon Meyer racontent l'histoire mouvementée du groupe bernois – des débuts des révoltés en 1984 à l'album actuel *Loch d'ür Zyt*. La chanson-titre de ce dernier est étroitement liée à la toute première chanson *Züri West*.

60 ans

FONDATION SOS VILLAGES D'ENFANTS SUISSE

Depuis 1964, SOS Villages d'Enfants Suisse permet aux enfants en détresse d'avoir un avenir autonome, leur offre un foyer aimant et renforce les familles en danger grâce à différents programmes. Pour fêter son jubilé, la fondation lance un grand concours de dessin. Pour chaque dessin envoyé, 5 francs seront reversés à SOS Villages d'Enfants Suisse.

145 ans

PAUL KLEE (1879-1940)

Paul Klee est né il y a 145 ans à Münchenbuchsee, près de Berne. La musique et la peinture ont marqué sa vie: ses parents et sa femme Lily étaient tous des musiciens. Enfant déjà, Paul Klee jouait du violon avec brio et embellissait ses cahiers d'école avec des dessins. Pendant longtemps, il ne savait pas s'il voulait devenir peintre ou musicien. À 19 ans, il se décida en faveur des beaux-arts et déménagea à Munich – le début d'une grande carrière: Paul Klee est aujourd'hui considéré comme l'un des artistes les plus importants de l'art moderne. Le Zentrum Paul Klee, qui fêtera son 20e anniversaire en 2025, permet de découvrir la vie et l'œuvre de Paul Klee – outre quelque 70 œuvres, on peut actuellement y voir son violon.

154 ans

FÉDÉRATION SUISSE DES SAPEURS-POMPIERS

En 2020, la Fédération suisse des sapeurs-pompiers (FSSP) a fêté son 150e anniversaire. Stämpfli Communication a pu participer à la célébration de cet anniversaire et de nombreux autres, car le partenariat entre la FSSP et Stämpfli remonte à 1888. La fédération représente les quelque 81000 sapeurs-pompiers de Suisse et de la principauté du Liechtenstein et contribue fortement à la formation et garantit le transfert des connaissances dans toute la Suisse. De plus, elle fait le lien avec les partenaires nationaux de la protection de la population et est active au niveau international.

175 ans

SCHWEIZER BUCHHANDELS- UND VERLAGS-VERBAND SBVV

Le Schweizer Buchhandels- und Verlags-Verband SBVV a été fondé en 1849 et fait partie des plus anciennes associations de Suisse. Auparavant, l'arbitraire pur et dur régnait sur le marché suisse du livre. «Chacun ne s'occupait que de lui-même et du moment présent», constate la chronique de l'association. L'association fêtera sa fondation le 21 septembre 2024 en organisant une fête de jubilé pour ses membres au Casinotheater de Winterthur.

Les Apartés 1/2024



Vers le podcast
8424 Züri West



Concours de SOS
Villages d'Enfants



16

Texte MOANA CHRISTOPH
MONICA MASCIADRI

Le kaléido- scope de carrière

LE COURAGE ET LA FLEXIBILITÉ
SONT PAYANTS

Les Apartés 1/2024

De la gestion portuaire à l'édition ou de l'enseignement de la musique à la production médiatique: les carrières linéaires se font de plus en plus rares. De nos jours, les parcours professionnels se déroulent plutôt par vagues – avec des interruptions, des changements et des réorientations. Stämpfli salue ce courage d'emprunter des voies de croissance totalement différentes. Car se réinventer exige une grande flexibilité, de l'initiative personnelle et une volonté de s'imposer. Quatre collaborateurs décrivent leur parcours unique.



Ana Maria Calzolaro

Service des ventes internes et
assistante de direction
Éditions Stämpfli

«Après avoir obtenu un master en gestion du transport maritime et des ports en Roumanie, l'amour m'a conduit en Suisse. J'ai dû tout laisser derrière moi et repartir complètement à zéro sans aucune connaissance de l'allemand. Le soir, je travaillais dans le nettoyage pour différentes entreprises et la journée, je suivais des cours intensifs d'allemand. Après un stage de trois mois en tant qu'employée administrative chez les Éditions Stämpfli, j'ai obtenu un contrat à durée indéterminée. En l'espace de quelques années, j'ai accédé à un poste de cadre dans le service des ventes internes. Ma vie privée a également changé: je suis devenue mère et j'ai pris un congé sabbatique de six mois. Je suis ensuite revenue, mais pas à un poste de direction. Pour moi, Stämpfli est plus qu'une entreprise – c'est une partie de ma vie. Dès le début, Stämpfli m'a accompagnée sur mon chemin et a cru en moi et en mes capacités. Sans ce soutien, je n'aurais pas pu changer ma vie de manière aussi décisive.»

«Pour moi, Stämpfli est plus qu'une entreprise – c'est une partie de ma vie.»



Martin Gyger

Collaborateur Entretien ménager
Stämpfli Communication

«Au cours de mes 24 années en tant que collaborateur de Stämpfli, j'ai vécu des années turbulentes, exigeantes, spéciales, mais aussi belles, intéressantes et instructives. Mais commençons par le début: après une candidature spontanée, j'ai commencé le 1^{er} avril 2000 comme collaborateur d'imprimerie chez Stämpfli – à l'époque encore à la Hallerstrasse, dans la Länggasse – et j'ai travaillé pendant plus de dix ans en trois équipes. En mars 2011, j'ai été victime d'une attaque cérébrale. J'ai réduit mon temps de travail à 80 %, car le travail en équipe me pesait. Lorsque le poste d'opérateur CTP s'est libéré en été 2013, j'ai saisi l'occasion et j'ai changé de domaine. Nous étions deux à fabriquer des plaques d'impression en deux équipes, jusqu'à ce qu'une nouvelle machine entièrement automatique soit achetée à l'automne 2016 et que notre travail ne soit plus nécessaire. C'est justement à ce moment-là qu'une place s'est libérée dans l'entretien ménager. J'ai à nouveau pu changer de poste en interne chez Stämpfli. Maintenant, cela fait presque huit ans que je travaille comme collaborateur Entretien ménager.»



Thomas Heuer

Chef de département adjoint
Services linguistiques
Stämpfli Communication

« Il y a neuf ans, j'ai commencé à travailler chez Stämpfli comme correcteur, d'abord dans l'équipe Med-Tech, puis, après six mois, dans les services linguistiques. Après quelques années supplémentaires, je suis devenu l'adjoint de la responsable du service. Son départ anticipé à la retraite m'a incité à poser ma candidature pour lui succéder. J'ai ensuite été sélectionné dans le cadre d'une procédure de candidature normale. Quelle carrière ! Après deux ans en tant que chef de service, j'ai dû me rendre à l'évidence : je n'étais pas pleinement fait pour cela. Les relations avec les collaborateurs de l'équipe et de l'entreprise ainsi que le traitement des commandes et le contact avec les clients me plaisaient et me donnaient satisfaction. Mais l'esprit d'entreprise n'était pas vraiment mon truc. De plus, le travail avec des textes me manquait. La solution actuelle, le changement de poste avec mon ancienne adjointe, est une aubaine pour tous – pour moi, pour elle et pour l'entreprise. »

« La solution actuelle, le changement de poste avec mon ancienne adjointe, est une aubaine pour tous. »



Anna Mülhauser

Cocheffe Production de médias
Stämpfli Communication

« Avant de rejoindre Stämpfli, j'ai longtemps travaillé comme professeur de musique et coordinatrice de traduction – en parallèle, à temps partiel. Comme mes possibilités d'évolution dans ces deux métiers étaient limitées, j'ai décidé de changer de branche. Chez Stämpfli, j'ai été encouragée en fonction de mes points forts. Après avoir occupé la fonction de chef de projet, j'ai pris la direction de l'équipe des chefs de projet en 2020. En 2022, un remplacement de congé maternité m'a permis de passer à la direction du secteur Production de médias, dont je suis aujourd'hui cocheffe. Depuis peu, je fais également partie de la direction élargie. Lors de tous ces changements, je n'ai jamais eu à peser longtemps mon oui à davantage de responsabilités, car je suis convaincue que je peux faire la différence. Je suis actuellement en train de suivre la formation CAS Leadership à la HESB – Stämpfli me soutient financièrement et en termes de temps. En tant que mère de deux enfants, j'apprécie en outre la flexibilité que m'offre Stämpfli. »

DANS LA TO



Les 225 ans d'histoire de l'entreprise sont une chevauchée sauvage à travers de violents bouleversements. À peine l'imprimerie Stämpfli a-t-elle obtenu la licence d'impression de l'État en 1799 que l'ancien État de Berne disparaît. L'entreprise apprend à se passer des commandes de l'État. Elle participe alors pleinement au boom de l'imprimerie du 19^e siècle. Le groupe Stämpfli relève également le dernier défi en date, la numérisation. En se réinventant une fois de plus.

20

OURMENTE



Les Apartés 1/2024

	Q	8	7	to
106. Ind. Annot. Letteren, bijvolg. pag. 12. Sign. Inventarii,				
a n. 4. pr. Ind. Annot. gheschiedt, b. b. b. b.	- - -	2332	-	-
In de foorde, in d. "Einge pag. 13. Buiten de adit. C. bijvoegen	- - -	318	-	-
Vand. Nijf. Maygan, Lites, Stokken, Paspartouts &c.	- - -		-	-
pag. 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23.	- - -	70	-	-
Een Bureau in nieuw ffaat, balistres, vanden gule,	- - -	14	-	-
Een fap Noord. fizeer Rijn en D.	- - -	14	-	-
Een gaar ————— beemfpoeges,	- - -	2	-	-
266. N. d. fizeer fizeer, in de fizeer fizeer, bijvolg.				
Specifiekke Lite,	- - -	1400	-	-
	Sa. - 2.	3150	-	-

Supplementum Inventarium fr. Ad. Rapphert,
Non huiusmodi Passiflorae adest augmentum cordia.
Bonn, die 24. Decembris 1799.

Janice Brunning, ac. Mrs. C. A. Brunning

Bathol. Wänigly; Dinsfeld u. D. B. B.

Le 9 juillet 1799, Gottlieb Stämpfli est élu imprimeur de l'autorité. Par sa signature, il reprend également vers la fin de l'année l'inventaire de l'imprimerie de la haute autorité.

La numérisation et l'intelligence artificielle sont en train de bouleverser le monde. Jamais un bouleversement n'a semblé aussi violent. C'est du moins l'impression que nous avons aujourd'hui. Toutefois, les changements techniques et sociaux radicaux font partie du cours de l'histoire. Les générations précédentes y ont également réagi avec inquiétude. Et elles ont appris que l'on pouvait grandir face à de tels défis.

Les changements techniques et sociaux radicaux font partie du cours de l'histoire.

L'entreprise de communication bernoise Stämpfli est particulièrement familière avec cette expérience de changement et d'adaptation. Depuis maintenant 225 ans. Les débuts sont déjà difficiles. Lorsque l'entreprise voit le jour, l'ordre ancien s'effondre à Berne. Le 9 juillet 1799, Gottlieb Stämpfli obtient le privilège d'imprimer de la ville-État de Berne. Mais celui-ci a déjà disparu.

Début dans le chaos politique

En 1798, les troupes révolutionnaires françaises ont envahi le pays et détrôné les seigneurs patri-ciens de Berne. La France dote la Confédération d'une nouvelle structure de cantons égaux en droits. C'est ainsi que Stämpfli entre dans une nouvelle ère avec des rapports de propriété confus et de nouvelles règles.

Avant le bouleversement, les activités d'impression à Berne étaient gérables. Le titulaire du privilège d'impression était le seul à pouvoir imprimer des lois, des registres paroissiaux ou des bibles dans les locaux de la chancellerie d'État à la Postgasse supérieure. Mais en

1799, le monopole d'État sur l'impression est déjà un modèle en voie de disparition.

La Constitution helvétique dictée par la France marque la fin de la censure étatique. Dans le canton de Berne, 28 nouveaux journaux sont créés dans la foulée. Dans le livre d'histoire *Berns moderne Zeit*, l'historien Christian Lüthi parle, dans le chapitre consacré aux arts graphiques, d'un « essor de la branche de l'imprimerie ». À peine née, l'entreprise Stämpfli a déjà de la concurrence.

Un contrat lucratif

En 1807, un coup du sort frappe l'entreprise : Gottlieb Stämpfli meurt prématurément. Sa veuve, Marie Albertine Stämpfli-Ernst, reprend l'entreprise. Lorsque les patriciens bernois font un nouveau come-back après la chute de Napoléon, le souverain français, ils retirent à Marie Albertine le privilège d'imprimer en 1815 et l'attribuent à un concurrent.

L'entreprise doit maintenant quitter la chancellerie d'État. Elle transfère ses activités d'impression à la Postgasse 60, dans les locaux qui abritent aujourd'hui le magasin de meubles « Zona ». Marie Albertine Stämpfli-Ernst ne tarde pas à décrocher un contrat lucratif : la licence d'impression de magazines de calendrier. Le produit phare est le *Hinkende Bot*. Aujourd'hui encore, les Éditions Stämpfli publient chaque année ce calendrier riche en traditions.

En 1831, le patriciat doit abdiquer et laisser la place à des forces libérales issues des villes de campagne bernoises. Le canton de Berne se dote de sa première constitution à peu près démocratique, qui accorde

la liberté d'établissement et la liberté économique aux entreprises privées.

L'avidité pour l'imprimé

Les nouvelles autorités promulguent des lois, mettent en place une administration, introduisent l'école primaire obligatoire. Des camps politiques concurrents créent des publications. Tous ces acteurs démocratiques veulent coucher sur le papier leurs positions dans le débat public désormais polyphonique. Le nouveau démocratique fait exploser la demande de documents imprimés. Le canton de Berne connaît une vague de création d'imprimeries et de médias.

Stämpfli surfe sur la vague de l'imprimerie.

Lorsque Marie Albertine Stämpfli-Ernst transmet les affaires à son fils Carl Samuel en **1828**, l'entreprise s'est tellement émancipée qu'elle ne vit plus d'un monopole d'État, mais de commandes. En **1812**, la technique d'impression réagit à la demande croissante avec l'invention de la presse à feuilles rapide. Les nouvelles machines à rouleaux rotatifs automatisent l'impression. En **1845**, Carl Samuel Stämpfli fait venir une presse à feuilles rapide du sud de l'Allemagne à la Postgasse de Berne à l'aide de 14 chariots tirés par des chevaux. Il peut désormais suivre le rythme de développement du secteur de l'imprimerie. L'entreprise surfe sur la vague de l'imprimerie.

Déménagement dans le quartier industriel

En **1857**, la ville fédérale de Berne est reliée au réseau ferroviaire, qui stimule l'industrialisation. Berne se transforme, la ville devient plus grande, plus animée, plus libérale.

Stämpfli est en pleine expansion. En **1877**, le nouveau propriétaire de l'entreprise, Karl Stämpfli, quitte les locaux devenus trop étroits de la Postgasse pour s'installer dans une nouvelle usine à la Hallerstrasse, dans la Länggasse. Celle-ci est devenue entre-temps un quartier industriel dont les usines emploient des centaines d'ouvriers.

Bien que cela n'existe pas officiellement en 1894, Emma Stämpfli-Studer est sans doute la première femme chef d'entreprise de Berne.

Les affaires marchent bien pour Stämpfli. Dès **1888**, l'entreprise imprime la *Revue Pénale Suisse*. C'est une stratégie clairvoyante que de développer la littérature juridique comme pilier dans la capitale de la législation. Plus tard, les Éditions Stämpfli voient le jour. En **1891**, Karl Stämpfli mise sur la mobilité croissante et publie un horaire de train avec le *Conducteur*. À partir de **1905**, celui-ci s'appelle désormais *Indicateur* et paraît sous l'égide des CFF nouvellement formés. Stämpfli imprime cet ouvrage de référence légendaire jusqu'en **1996**.

La question sociale et la question du genre

En **1894**, Karl Stämpfli meurt beaucoup trop tôt. Sa veuve, Emma Stämpfli-Studer, prend la relève. Bien que cela n'existe pas officiellement à l'époque, elle est sans doute la première femme chef d'entreprise de Berne. L'égalité des droits pour les femmes n'arrivera que plus de 70 ans plus tard avec le droit de vote des femmes. Mais la charismatique patronne de Stämpfli brave toutes les résistances.

Après des années de boom, Stämpfli survit à la baisse des ventes et au chômage pendant les guerres mondiales et la crise économique mondiale. La pauvreté est présente juste devant la porte de l'usine : dans le quartier industriel de la Länggasse, les enfants non surveillés dorment parfois sur les trottoirs. En **1903**, Emma Stämpfli-Studer ouvre la première crèche pour ses employés dans la Länggassstrasse à Berne. En **1906**, elle transmet l'entreprise à ses fils Wilhelm et Rudolf.

Avec la nouvelle impression offset couleur, l'automatisation progresse. Les lourdes plaques d'impression de la composition au plomb ont fait leur temps. À partir de **1967**, Samuel et Jakob Stämpfli font figure de pionniers et vont encore plus loin. Avant même l'invention de l'ordinateur de table, on peut voir chez Stämpfli une page d'impression entière comme modèle sur des écrans informatiques. C'est le début de la numérisation.

Pour la première fois, l'activité se contracte

À partir des années **1990**, Internet fait concurrence au papier. Les gros volumes partent à l'étranger à partir de **2010**, où les coûts d'impression sont plus bas. C'est un tout nouveau défi : l'activité qui explosait auparavant se réduit d'un coup. Le secteur suisse de l'imprimerie entre en crise.

Stämpfli se réinvente à nouveau. De simple imprimeur, il devient une entreprise de communication avec des activités d'édition. Elle propose l'ensemble du processus, de la maquette numérique au produit imprimé, à partir d'une seule source. Son offre numérique est aujourd'hui plus importante que l'offre imprimée. Le groupe Stämpfli réagit également au changement sur le plan géographique. L'entreprise quitte le quartier de la Länggasse, où les anciennes usines deviennent des lieux de services et de formation. En **2003**, Stämpfli emménage dans ses nouveaux locaux de la Wölflistrasse, à la périphérie de Berne.



STEFAN VON BERGEN

est historien et journaliste. Il vit en ville de Berne et a été rédacteur à la *Berner Zeitung* et au *Bund* jusqu'au début 2023.

En collaboration avec Jürg Steiner, il a rédigé le livre *Wie viel Bern braucht die Schweiz?* paru aux Éditions Stämpfli. Il écrit régulièrement des articles pour le *Hinkende Bot* et est l'auteur de la chronique annuelle.

DES PONTS ENTRE TRADITION ET AVENIR

Depuis plus de 300 ans, le *Hinkende Bot* rend compte année après année de l'actualité dans le canton de Berne, dans le reste de la Suisse et dans le monde entier. Lorsque Marie Albertine Stämpfli-Ernst s'assure le privilège du calendrier au début du 19^e siècle, elle pose ainsi la première pierre de ses propres produits d'édition.



Commander
le calendrier

CE QUE SIGNIFIE LA



26

RÉFORME DE LA FORMATION

Lara Talloncini et Siyar Bilgiç sont provisoirement les derniers polygraphes formés par Stämpfli. Avec l'entrée en vigueur de la réforme de la formation 2022, les profils professionnels de médiamaticien et de polygraphe se sont fortement rapprochés et sont devenus en grande partie identiques. Pour cette raison, Stämpfli Communication a décidé de se concentrer provisoirement sur la formation de médiamaticien. Siyar Bilgiç, apprenti polygraphe en deuxième année, et Oliver Glauser, formateur et chef nextgen chez Stämpfli Communication, expliquent ce qui a changé avec la réforme de la formation.

APPRENTI POLYGRAPHE

« Le plus grand changement de la réforme de la formation est la suppression de l'année de formation initiale. Jusqu'à l'été 2022, les polygraphes de première année allaient à l'école professionnelle tous les jours pendant deux semestres. En revanche, nous avons suivi un cours interentreprises lors de notre première semaine de travail, où nous avons appris les bases d'InDesign, puis nous avons été directement lâchés dans le monde du travail. Je pense que si j'avais été à l'école pendant un an, j'aurais oublié la moitié de la matière en deuxième année. Finalement, à l'école, on apprend le plus possible en peu de temps pour un test, mais ensuite, on oublie tout ce dont on n'a plus besoin. C'est en tout cas ce que j'ai ressenti à l'école obligatoire. Avec le nouveau programme scolaire, je suis pour ainsi dire obligé de mémoriser le plus possible les connaissances scolaires. Car le lendemain, je retourne dans l'entreprise, où je dois directement mettre en pratique ce que j'ai appris. Je trouve ça super que la théorie soit directement utilisée et consolidée dans la pratique. La matière elle-même est similaire à celle de l'ancien programme. Comme nous sommes la première année à suivre le nouveau programme,

il est difficile pour nos enseignants d'évaluer combien de temps il nous faut pour faire quoi. Il nous est déjà arrivé quelques fois de devoir nous écarter du plan parce que nous avions besoin de plus de temps pour faire quelque chose ou parce que nous avions compris quelque chose plus vite que prévu. Une autre difficulté est que nous aurons des examens finaux différents. Pour autant que je sache, les questions d'examen ne sont pas encore fixées. Cela signifie que personne ne sait avec certitude ce qui sera examiné. Mais nos professeurs font de leur mieux pour nous préparer à tout. »



Siyar Bilgiç
Apprenti polygraphe

QUE FONT LES MÉDIAMATIENS ?

Les médiamaticiens conçoivent de manière créative des informations qui sont diffusées par différents médias. Ce sont donc des spécialistes du traitement de l'information sur plusieurs médias. Cela signifie qu'ils ont des connaissances supérieures à la moyenne en matière de production et d'utilisation du multimédia. Le profil du poste comprend des tâches de conception et de design, de marketing, de communication et de développement de projets. Les médiamaticiens connaissent les outils informatiques nécessaires ainsi que les processus administratifs correspondants. Ils gèrent activement les canaux de médias sociaux et intègrent les images, les films, les morceaux de musique, les textes et les fichiers audio nécessaires de manière ciblée et professionnelle dans le média concerné. Mais ils ne sont pas seulement actifs sur les médias sociaux : ils développent et conçoivent également des contenus et des bases de données entières ainsi que des prospectus pour des événements et des produits. Là aussi, il s'agit de présenter les contenus de manière adaptée aux clients, compréhensible et agréable à lire.

CHEF NEXTGEN

« En tant que formateur dans le domaine de la polygraphie, je suis confronté à des défis passionnants. Le nouveau programme d'enseignement intègre des compétences qui étaient auparavant principalement attribuées aux médiamaticiens, comme les connaissances en marketing ou en traitement vidéo et audio. Cela exige également de nous, formateurs, un développement et une réflexion constants sur ces thèmes. Chez Stämpfli, nous avons décidé de ne plus former que des médiamaticiens, car l'apprentissage est plus polyvalent et les compétences numériques sont formées de manière ciblée.

La suppression de l'année de formation initiale signifie que nous enseignons davantage de bases, ce qui intensifie mon rôle. De plus, l'intelligence artificielle révolutionne notre métier, notamment dans le domaine

du traitement des images. Il reste essentiel d'être ouvert aux nouvelles technologies et aux nouveaux outils de travail et d'entretenir un échange mutuel avec les apprenants – un échange de connaissances et d'expériences. Le rapprochement des programmes d'enseignement des polygraphes et des médiamaticiens montre à quel point les domaines sont désormais étroitement imbriqués. Le développement de l'intelligence artificielle déterminera à l'avenir de manière déterminante le profil de la profession et modifiera de manière disruptive les méthodes de travail. Malgré ces changements, une chose reste constante : la tâche gratifiante d'accompagner les jeunes dans la vie professionnelle et de les encourager tant sur le plan professionnel que social. Ce faisant, nous, les formateurs, agissons également contre la pénurie de main-d'œuvre qualifiée. »



« Malgré ces changements, une chose reste constante : la tâche gratifiante d'accompagner les jeunes dans la vie professionnelle. »

Oliver Glauser
Chef nextgen



Intéressé par un apprentissage
chez Stämpfli Communication ?

JUBILÉS



25 ANS CHEZ STÄMPFLI

Gerhard Zuberbühler

Technologue en impression
Stämpfli Communication

L'aventure Stämpfli de Gerhard, ou Gere comme la plupart des gens l'appellent, a commencé il y a 25 ans. Le choix de son métier lui est venu très tôt, puisque son père travaillait déjà dans le secteur des arts graphiques. Sur l'ancien site de la Länggasse, Gere travaillait encore sur la machine deux couleurs et plus tard sur la machine cinq couleurs. Au fil des années, les machines d'impression qu'il utilisait

sont devenues plus grandes et plus longues. Actuellement, on le rencontre aussi bien sur la presse à feuilles dix couleurs que sur la rotative. Gere est fondamentalement intéressé par tout ce qui est nouveau. Sa curiosité va bien au-delà du processus d'impression offset proprement dit. Ainsi, il est presque devenu un expert CtP en interne. Sa méthode de travail précise lui a parfois valu le surnom de « Tüpfliischiisser » (tatillon). Mais il ne faut pas le prendre mal, c'est tout à fait positif! Il trouve son équilibre dans le minigolf. Aucun parcours n'est trop difficile, aucun n'est trop tortueux, Gere les met tous en jeu! Il a même déjà participé aux Championnats suisses. Chapeau! Un autre grand hobby est le géocaching. Dans cette sorte de chasse au trésor, on explore et on cherche, équipé d'un GPS, des cachettes dans les endroits les plus reculés, dans lesquelles se trouvent par exemple des petits récipients avec un journal de bord et des objets à échanger. D'après ce que j'ai appris, Gere est très efficace dans ce domaine. Gere, merci de m'avoir permis de t'accompagner pendant une courte période de ta longue carrière. Je me réjouis de vivre d'autres années intéressantes.

Merci beaucoup!

*Michael Kojan,
chef Imprimerie*



25 ANS CHEZ STÄMPFLI

Roberto Bruno

Chef adjoint Projets clients Impression
Stämpfli Communication

Roberto. 25 ans chez Stämpfli. Je n'ose pas imaginer combien de fois on t'a appelé Bruno au lieu de Roberto pendant cette période. Et combien de fois as-tu déménagé au sein de l'entreprise pendant cette période? Lorsque j'ai commencé à travailler chez Stämpfli il y a plus de sept ans, tu étais déjà là depuis 18 ans, c'est ... vraiment long. 25 ans multipliés par une moyenne de 200 jours de travail par an et huit heures de travail, cela fait tout de même 40 000 heures que tu as travaillées pour Stämpfli jusqu'à présent dans ta vie. Un chiffre impressionnant. En 1999, tu as non seulement noué une relation à long terme avec Stämpfli, mais tu t'es aussi marié la même année – un double jubilé sans doute unique, félicitations! Tu as commencé au

«Au cours de ces sept années passées ensemble, j'ai pu faire la connaissance d'une personne formidable et d'un collaborateur de Stämpfli extrêmement fiable et loyal.»

service des magazines de la Hallerstrasse, au prépresse, en tant que responsable de la revue médicale *Praxis*. De plus, tu étais très engagé dans ta vie privée en tant que joueur et entraîneur de l'équipe de jeunes du FC Thörishaus, ton club de cœur. Au fil des années, d'autres titres sont venus s'ajouter (du moins sur le plan professionnel) et ta fonction a évolué vers celle de gestionnaire au cours de déménagements et restructurations internes. Entre-temps, l'équipe de Roland Balsiger et Markus Storchenegger, restée la même pendant des années, s'est également transformée, pour ne pas dire rajeunie, et tu es désormais le doyen de l'équipe et le chef de file de l'équipe des périodiques du KPP. Pour ainsi dire «back to the roots», du déjà-vu en tant qu'entraîneur de jeunes. Au cours de ces sept années passées ensemble, j'ai pu faire la connaissance d'une personne formidable et d'un collaborateur de Stämpfli extrêmement fiable et loyal. Je te remercie personnellement et au nom de l'entreprise Stämpfli pour ton engagement constant, ton attitude calme et réfléchie, la collaboration simple avec toi et ton soutien permanent pour les questions et les demandes les plus diverses. Profite bien de tes 25 ans de doubles noces d'argent – d'autant plus que maintenant, à la maison, la jeune équipe s'est envolée!

*Werner Gilomen,
chef Projets clients Impression*

MERCI



Giulietta Genovese

Opératrice de machine Atelier de reliure
Stämpfli Communication

Chère Giulietta, c'est avec des sentiments mitigés, empreints de gratitude et de respect, que nous souhaitons prendre congé d'une collaboratrice hors du commun – de toi, Giulietta. Ta remarquable carrière chez Stämpfli a commencé il y a près de 38 ans dans la Länggasse, et depuis, tu as laissé une empreinte indélébile dans notre entreprise. Ton parcours a débuté dans le département manuel, où ton assiduité et ton intérêt pour les machines ont été rapidement remarqués. Tes compétences t'ont rapidement conduite à la machine à coller les feuilles de garde, où tu donnais un coup de main avec un enga-

gement sans faille chaque fois que cela était nécessaire. Tu as ensuite passé de nombreuses années sur la petite plieuse, avant d'être reconvertie, il y a 20 ans, sur la grande plieuse, sur laquelle tu travailles depuis en tant qu'opératrice de machine expérimentée. Outre ton impressionnante éthique de travail, tu es connue pour ta nature joyeuse et serviable, appréciée de tous de la même manière. Ton amour de la convivialité se manifeste également dans ton art culinaire, avec lequel tu régales ta famille et tes amis. Ayant l'esprit de famille jusqu'au bout des ongles, tu préfères passer tes vacances à Roseto degli Abruzzi, où tu savoures la dolce vita avec ta mère et ta sœur, à proximité de la mer Adriatique. Après 38 années impressionnantes de loyauté, d'engagement et d'énergie positive, tu t'appêtes à prendre une retraite bien méritée. Ton caractère toujours enjoué, ton humour et ton ouverture d'esprit ont enrichi notre lieu de travail dans l'atelier de reliure d'une manière unique. Tu n'étais pas seulement une collègue précieuse, mais aussi une amie fidèle pour beaucoup d'entre nous. Nous te souhaitons une période pleine de bonheur, de santé et de nouvelles aventures. Tu as vraiment mérité de profiter pleinement de cette nouvelle phase de la vie. Tu vas nous manquer à nous, l'équipe de reliure, et nous nous souviendrons toujours avec plaisir des moments passés ensemble. Tous nos vœux pour l'avenir, chère Giulietta.

*Raul Mäs,
chef Atelier de reliure*

CHRONIQUE

Années de service

5 ANS

Christoph Eichenseher

Adrian Kolly

Jean Kolly

Alexandra Stoll

10 ANS

Hansrudolf Kessler

Dejan Knezevic

15 ANS

Konrad Kaufmann

Ligia Katerine Stoller-
Segura Valencia

Manuela Widmer

Sinan Xhinovci

20 ANS

Karin Gugger

25 ANS

Roberto Bruno

Gerhard Zuberbühler

30 ANS

Fabio Belli

35 ANS

Béat Fontana

Retraite

GIULIETTA GENOVESE 30. 4. 2024

Joyeux événements

MARIAGE 29. 2. 2024

Lutz Maertin et Cordula Frevel

NAISSANCE 30. 11. 2023

de Lou Eline, fille de
Bruno Schaub et Annika Marit Wyss

NAISSANCE 20. 12. 2023

de Jona Lukas, fils de
Niklaus Rätz et Caroline Seidel

Examens

BEATRICE BLATTER Nous félicitons
pour la réussite de l'examen professionnel fédéral
de correctrice EFA

FABIENNE HAAS Nous félicitons
pour l'obtention du CAS « Spécialiste en
marketing des médias sociaux »

INES KÄMPF Nous félicitons
pour la réussite de l'examen professionnel
fédéral de correctrice EFA

CHRISTOPH RAMSEIER Nous félicitons
pour l'obtention du CAS
« Organisation numérique »

KATRIN STEINER Nous félicitons
pour l'obtention du CAS « Organisation agile »

Nous déplorons la perte de

Hugo Botta ancien responsable
du secteur prépresse, décédé le 17 décembre 2023
à la retraite

Hans Haldi ancien collaborateur
de l'entrepôt de papier, décédé le 23 janvier 2024
à la retraite

Anton Gurtner ancien chef de projets clients
pour l'impression et la gestion de la planification et
des données, décédé le 24 janvier 2024 à la retraite

LIVRE CONSEILLÉ

Une raison de faire la fête : la création artistique bernoise

Les débuts de la collection d'art du canton de Berne remontent au 19^e siècle. Elle constitue un témoignage impressionnant de la diversité de la création artistique bernoise.

Acquérir des œuvres d'art et les rendre visibles : c'est, à travers les vagues de l'histoire, la manière la plus directe et la plus constante de soutenir les artistes visuels dans leur création. C'est pourquoi le canton de Berne s'engage depuis plus d'un siècle en faveur de la création artistique bernoise en achetant des œuvres d'art. La collection ainsi constituée comprend aujourd'hui 6550 œuvres – elle témoigne de la richesse des facettes de la création artistique bernoise au fil des décennies. La publication *Collectionner sur mandat : la collection d'art du canton de Berne* aborde pour la première fois l'activité de collection du canton par le biais de l'histoire et jette en même temps quelques coups de projecteur sur cette mémoire artistique aux multiples facettes. Il en résulte des rétrospectives et des aperçus réjouissants qui célèbrent la création artistique bernoise dans sa diversité et la mettent en évidence : il reste encore beaucoup à explorer et à découvrir.

Au cas où vous seriez curieux : la Collection d'art du canton de Berne est accessible en ligne. De plus, la publication paraît parallèlement à la deuxième partie de l'exposition *Valeurs en mutation. La Collection d'art du canton de Berne à l'honneur au Kunsthaus Interlaken*, du 9 juin au 25 août 2024.



COLLABORATEURS POUR CETTE ÉDITION

Département nextgen

Stämpfli Communication

Moana Christoph

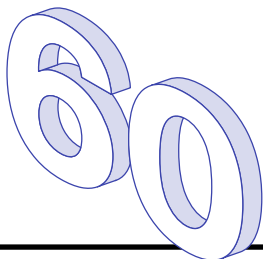
Consultante Agence
de communication
Stämpfli Communication

Charlotte Krähenbühl

Responsable Presse et événements
Éditions Stämpfli

Melanie Schweizer

Cheffe d'équipe Image et
photographie (Lithographie)
Stämpfli Communication



LES APARTÉS ONT AUSSI DES RAISONS DE FAIRE LA FÊTE.

En 2024, ils paraîtront pour la 60^e fois.

En regardant vers le passé et aussi
vers l'avenir du magazine, la rédaction se
sent obligée de maintenir la pertinence,
la qualité et le design et de répondre à des
critères écologiques et économiques.

ÉDITEUR

Stämpfli Groupe SA, Berne

DIRECTION DE LA RÉDACTION ET CONCEPTION

Monica Masciadri

Consultante senior

Stämpfli Communication

Susann Trachsel-Zeidler
Responsable ouvrages spécialisés
et corporate publishing
Éditions Stämpfli

COORDINATION DE PROJET

Linda Kubli

Cheffe de projet Marketing

Stämpfli Communication

marginalie@staempfli.com

DESIGN

Anna Henkel

Designer

Stämpfli Communication

RUBRIQUE COLLABORATEUR

Beatrice Blatter

Cheffe de département

Services linguistiques

Stämpfli Communication

TIRAGE

6500 exemplaires D (Marginalie)

1000 exemplaires F (Les Apartés)

Paraît deux fois par an

PRODUCTION GLOBALE

Stämpfli Communication

Wölflistrasse 1, 3001 Berne

staempfli.com

CHANGEMENT D'ADRESSE

crmmutationen@staempfli.com

© Stämpfli Groupe SA,
avril 2024

Les Apartés 1/2024

Stämpfli vit la durabilité staempfli.com/durabilite | **Certificats** Management de
qualité ISO 9001 | Management environnemental ISO 14001 | Certificat Ugra PSO
selon ISO 12647-2 | Imprimé sur papier Ange Bleu | Produit avec de l'énergie renouve-
lable | **Papier** Couverture: Gensis White 100% vieux papier recyclé, certifié Ange Bleu
et FSC, 210 g/m² | Contenu: Refutura 100% vieux papier recyclé, certifié Ange Bleu,
FSC et Nordic Swan, 100 g/m² | **Procédés d'impression** Impression offset, imprimée
sur une Heidelberg XL avec encre Cradle to Cradle Certified® Silver



imprimé
durablement
sans encres UV

myclimate
Notre impact. Durable
Imprimé
myclimate.org/01-24-819162



Le magazine
web



**Stämpfli
Groupe**

Wölflistrasse 1
Case postale
3001 Berne
+ 41 31 300 66 66

Hertistrasse 23
8304 Wallisellen
+ 41 44 309 90 90

info@staempfli.com
staempfli.com