

LE MAGAZINE DE LA POSTE POUR LES DÉCIDEURS

# YELLOW

Avril 2019 | 01



## Des colis jaunes volants pour gagner du temps

---

Au centre hospitalier EOC de Lugano, les échantillons de sang sont transportés par des drones.

## Tic, tac, tic, tac

---

Entretien sur la perception du temps, le temps qui manque et celui qui ne démode pas les livres.

## Bon timing

---

Un homme révolutionne la culture du pain en Suisse avec son levain et ses convictions.

# Pas le temps!

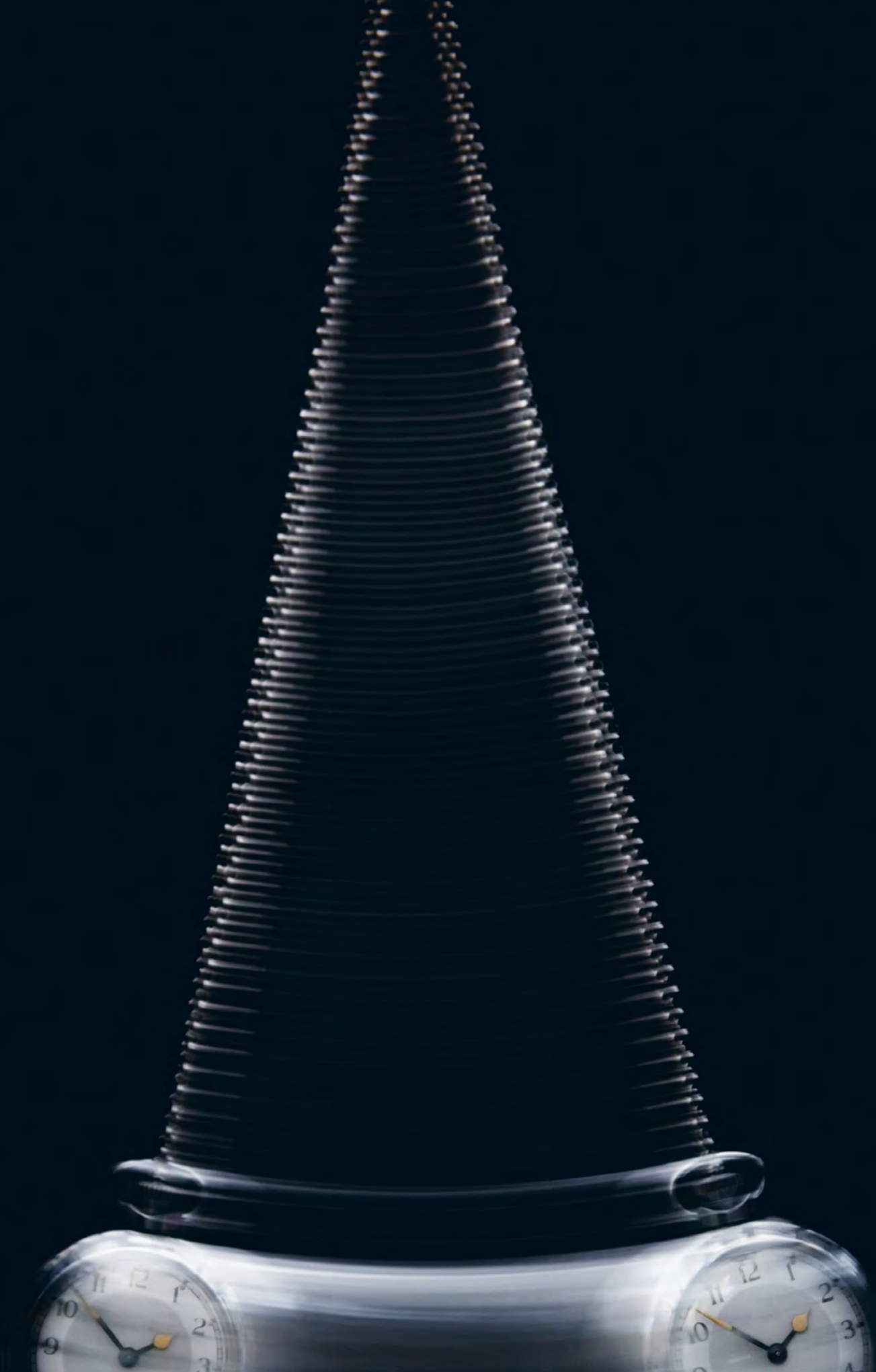
## LA THÉMATIQUE EN QUESTION

---

Prenez quelques minutes pour vous poser cette question ou pour la poser à vos collègues de bureau.

**VOUS N'AVEZ  
PLUS QUE  
HUIT SEMAINES  
À VIVRE.  
QU'EN  
FAITES-VOUS?**

Il est intéressant de constater que 87% de la population suisse répond: un voyage. Autour du monde ou à un endroit précis, 63% des Suissesses et des Suisses passeraient du temps avec leurs amis et les membres de leur famille. \* Quelle que soit votre réponse, nous espérons que vous avez encore beaucoup de temps devant vous pour mener vos projets à bien et que cette question provocatrice vous aura donné envie de lire ce nouveau magazine thématique. \* Source: [sotomo.ch](http://sotomo.ch)





### QUAND LE TEMPS PRESSE: LA FLORAISON DE SURVIE

Certaines plantes fleurissent hors saison sous l'effet du stress. Explication biologique: une plante dont la survie est immédiatement menacée se met parfois à produire des graines, car celles-ci pourront résister en attendant le retour de conditions de croissance plus propices.

# ÉDI TO RIAL



Chère lectrice,  
cher lecteur

Il est précieux. Et généralement insuffisant. Il s'agit bien sûr du temps. On dit que «le temps, c'est de l'argent»: les entrepreneuses et entrepreneurs ne le démentiront pas. À la Poste, nous donnons chaque jour le meilleur de nous pour élaborer de nouvelles offres et solutions à votre intention, afin que vous puissiez vous consacrer pleinement à vos affaires.

Le thème du temps – et notamment son insuffisance – est au cœur de ce numéro du nouveau magazine destiné à notre clientèle commerciale. Dans le premier «YELLOW», vous découvrirez le temps que les drones de la Poste font gagner au centre hospitalier tessinois EOC. Vous réfléchirez, avec l'éditrice Annette Weber, au temps qui manque et à celui qui ne démode pas les choses. Enfin, vous verrez comment Jens Jung, entrepreneur, a quitté un avenir professionnel tout tracé pour prendre des risques.

«YELLOW» est conçu pour les décideuses et les décideurs. Ses 28 pages de contenus intéressants et surprenants visent à vous aider dans vos prises de décision, à vous inspirer et à vous donner envie de poursuivre votre collaboration avec la Poste.

Je vous souhaite une lecture passionnante et vous remercie d'y consacrer un peu de votre temps.

Stéfan Regli

Responsable Vente et services à la clientèle  
Membre de la direction PostLogistics

«  
**YELLOW  
est conçu  
pour les  
décideurs.**  
»

# PAS LE TEMPS!



Écrivez-nous!

Votre feed-back nous sera précieux.

yellow@poste.ch

## 01

### CHAQUE MINUTE COMPTE

Au service des urgences d'un hôpital, le facteur temps est plus décisif que nulle part ailleurs. La Poste et le centre hospitalier tessinois EOC font un travail de pionniers dans le cadre d'un projet pilote.

PAGE 8

## 02



### LE TEMPS EST-IL CE QU'ON LIT SUR UN CADRAN?

Annette Weber, directrice de sa maison d'édition (à gauche sur la photo), nous dit à quoi elle aime consacrer du temps, comment elle repère les tendances en vogue et pourquoi elle croit en l'avenir du livre.

PAGE 14

---

La thématique en question	02
Éditorial	05
Reportage #01	08
Yellow Bites	13
Reportage #02	14
Infodivertissement	18
Reportage #03	20
Yellow Pages	24
Post Bites	26
Impressum	27

---

## 03

### LE TEMPS, CLÉ DE LA RÉUSSITE

Quitter la voie de la sécurité et renoncer à l'héritage paternel. Ouvrir un atelier de boulangerie là où un boulanger low-cost a fait faillite. Miser sur ses convictions plutôt que sur des tendances et faire un carton.

PAGE 20



# CHAQUE MINUTE COMPTE

TEXTE  
Anita Suter

PHOTOS  
Reto Albertalli

**Aux urgences d'un hôpital, le facteur temps est plus décisif que nulle part ailleurs. Au centre hospitalier EOC à Lugano, ce sont des drones qui transportent les échantillons de sang devant être analysés au laboratoire. Un gain de temps qui bénéficie directement aux patientes et aux patients.**

Un drone blanc bourdonne au-dessus des toits de Lugano entre dix et quinze fois par soir. À son bord: des échantillons de sang de l'Ospedale Italiano, qui rejoignent le laboratoire d'analyses de l'Ospedale Civico. Le trajet était auparavant effectué en taxi, et pouvait prendre jusqu'à 45 minutes, selon les conditions de la route et l'état du trafic. Grâce à la logistique de drones, le voyage ne dure plus que deux minutes et demie. L'EOC est le premier hôpital en Suisse – voire au monde – à utiliser des drones depuis deux ans, et à effectuer ainsi un travail de pionnier en collaboration avec la Poste. Cette innovation a pu voir le jour grâce à la rencontre, au bon moment et au bon endroit, entre des idées, des besoins et des personnalités visionnaires. Ou, comme le formule Luca Jelmoni, directeur de l'hôpital: «À l'origine, nous avions un problème. Puis, nous avons eu une vision. Maintenant, nous avons une solution.»

Cette solution s'est tout d'abord heurtée à des critiques. Certains estimaient que les hôpitaux n'avaient pas à s'occuper de drones. On utilisait les ressources à mauvais escient. Un reproche que Luca Jelmoni démonte: «La logistique est un élément important de nos prestations à la patientèle.» Il est donc important, souligne-t-il, de participer au développement de nouvelles solutions logistiques. Et aussi de montrer que le centre hospitalier EOC est capable d'innover.

«  
**Le gain  
de temps  
bénéficie  
directement  
aux patients.**  
»

*Dr Emanuela Zamprogno*

«Le temps que nous gagnons grâce au transport par drones bénéficie directement aux patients», explique la doctoresse Emanuela Zamprogno, directrice du service des urgences des deux hôpitaux. Elle se réjouit de cette liaison raccourcie, car le facteur temps est toujours au centre de son travail. Même si, dans la plupart des cas, et contrairement à ce que suggère la télévision, il ne s'agit pas d'une question de vie ou de mort. «Le temps joue tout autant un rôle dans les cas non critiques.» Car que le patient doive attendre dix, 20 ou 30 minutes de plus son traitement jusqu'à ce que son analyse de sang soit prête, cela fait une grosse différence. Non seulement pour lui, mais aussi pour les personnes après lui. Depuis que le drone est en usage, la doctoresse Zamprogno sait qu'elle obtiendra, si tout va pour le mieux, les résultats de l'analyse dans la demi-heure. «Cette prévisibilité est presque aussi importante que le gain de temps en soi», souligne-t-elle.

Dans son travail de médecin, elle considère la communication comme extrêmement importante. «J'informe mes patients sur chaque étape de leur traitement. Je leur dis aussi que leur prise de sang est transportée au laboratoire par un drone.» Parfois, ses patients ou leurs proches la devancent et demandent d'eux-mêmes s'ils auront «droit au drone». «Les gens ont entendu parler de la logistique de drones de l'hôpital, et

réagissent souvent avec enthousiasme et curiosité. Les patients savent que nous faisons de notre mieux pour les soulager rapidement, y compris en utilisant des technologies ultramodernes.» Le principe est simple et s'applique à tous les traitements médicaux: il s'agit de trouver une solution à un problème aussi vite que possible. «En tant que médecin traitant, je veux pouvoir utiliser autant de moyens à disposition que possible; les drones en font partie.»

«Oui, bien sûr, le drone fait partie de mon travail!», confirme avec enthousiasme Nathalie Dueri, assistante médico-technique au laboratoire de l'hôpital. Même si elle n'a pas de contact direct avec l'objet volant – elle confie les envois à un collaborateur spécialisé dans l'utilisation du drone au laboratoire –, elle note le gain de temps: «Nous sommes très satisfaits de ce nouveau service.» L'accélération du transport répond d'après elle aux exigences toujours plus élevées dans le secteur de la santé. «Tout devient toujours plus rapide dans la médecine, y compris les machines d'analyse. Avec les drones, nous pouvons gagner encore plus de temps.»

« — — — — — »  
**À l'origine, nous  
avons un problème.  
Puis nous avons  
eu une vision.  
Maintenant, nous  
avons la solution.**  
» — — — — —

Luca Jelmoni



« — — — — — »  
**Les laborantins  
vivent  
d'innovations.**  
» — — — — —

Dr Franco Keller

«Le temps est toujours un facteur important chez nous», ajoute le docteur Franco Keller. Responsable de l'EOLAB, qui englobe les huit laboratoires médicaux de l'EOC, il sait de quoi il parle. L'organisation décentralisée fait de la logistique un aspect important du fonctionnement de son laboratoire. «Les laborantins vivent d'innovations, de nouveautés et de nouvelles analyses. C'est pourquoi nous avons accueilli ces drones avec beaucoup d'enthousiasme», complète-t-il.

Bien que l'essai pilote se soit déroulé jusqu'ici sans accroc notable, passer de la routine à la nouveauté n'a pas été sans quelques difficultés. Il y a eu par exemple des doutes concernant l'emballage des échantillons de sang, qui a dû être adapté pour le transport. «Le personnel des urgences, en particulier, était dérouté au début, car tout doit être emballé trois fois pour satisfaire aux exigences du transport aérien», explique Luca Jelmoni. Les collaboratrices et collaborateurs ont été instruits et formés, et informés que les procédures les concernant resteraient les mêmes, et qu'ils n'auraient pas à assumer de nouvelles tâches. Les échantillons sont toujours emballés et récupérés au laboratoire, seul le moyen de transport a changé. Comme la cheffe du service des urgences, le directeur de l'hôpital accorde une très grande importance à la communication. «Dès le début, nous avons impliqué toutes les parties concernées dans la définition du processus en interne. Le laboratoire, les urgences, les soins, les médecins... Si vous réunissez tout le monde autour d'une table, sans oublier personne, les chances de succès augmentent automatiquement, même pour un projet d'innovation aussi ambitieux que celui-ci.»



«  
**C'est le système  
 qui sauve des vies.  
 Le drone  
 en fait partie.**  
 »



Luca Jelmoni

Un élément à ne pas sous-estimer non plus pour la réussite de l'essai pilote est l'acceptation par la population locale. Très tôt, avec l'aide de la Poste, les habitantes et habitants des quartiers sur le trajet des drones ainsi que les autorités et services administratifs ont été informés du projet et de son contexte à l'aide de flyers et de communications. «Les gens savent qu'il ne s'agit pas ici de drones de loisirs, mais de drones au service de la santé de personnes», précise Luca Jelmoni. «Ils acceptent ainsi également la nuisance sonore, comme ils le font pour les

hélicoptères de secours.» Le directeur précise toutefois que la comparaison s'arrête là, les drones ne sauvant pas des vies. «C'est le système qui sauve des vies. Le processus dans son ensemble, dont le drone fait partie.»

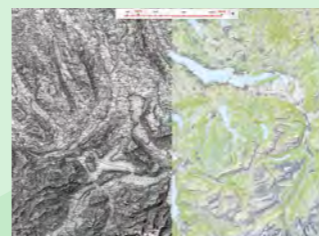
«C'était, et cela reste, un projet d'équipe. Tout le monde tire à la même corde», résume le co-initiateur de la logistique de drones à l'hôpital de Lugano. «Dès le début, j'ai senti beaucoup d'enthousiasme pour le projet. Nous avons investi ensemble du temps dans quelque chose de nouveau. L'hôpital, les laboratoires, le service technique... Et avec la Poste, nous avons un partenaire formidable.» La Poste, un partenaire? Luca Jelmoni rit. «C'est vrai. En fait, nous sommes clients de la Poste. Mais dans ce projet, nos relations ressemblent tout simplement à un partenariat.»

**Atterrissage d'urgence contrôlé  
 d'un drone à Zurich**

À ce jour, la Poste gère des projets de drones sur trois sites en Suisse, ce qui lui a déjà permis de réaliser plus de 3000 vols avec succès. Le 25 janvier 2019, un drone a effectué un atterrissage d'urgence contrôlé à Zurich. Les mesures de sécurité prévues se sont révélées efficaces, le parachute a été déclenché et un signal d'alerte a permis d'attirer l'attention sur le drone en phase de descente. La sécurité constitue une priorité absolue. C'est pourquoi la Poste a décidé, par mesure de précaution volontaire,

que les drones resteront au sol sur tous les sites jusqu'à ce que les causes de l'incident aient été clarifiées.

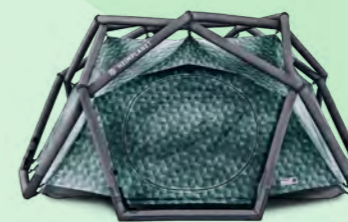
Le projet de drones de la Poste a été lancé sous le label early. Ce label signale les innovations que la Poste teste et développe en collaboration avec ses clients.



**VOYAGE DANS LE TEMPS**

La première carte topographique est parue en 1844. En 1864, toute la Suisse était cartographiée. 175 ans se sont écoulés depuis. Les données géographiques récoltées au fil du temps constituent un patrimoine culturel national. L'Office fédéral de topographie, swisstopo, le met à la disposition de tous sur son site Internet. Et permet ainsi de faire en quelques clics un voyage virtuel dans le temps.

[swisstopo.ch/voyage dans le temps](http://swisstopo.ch/voyage-dans-le-temps)



**S'INSTALLER RAPIDEMENT**

Voici un objet usuel au design parfait, mais qui fonctionne aussi simplement et rapidement: la tente «The Cave», fabriquée par la petite manufacture innovante «Heimplanet». Elle est gonflable et se monte en une minute, sans mêli-mêli de piquets.

Il vous restera d'autant plus de temps pour profiter de vos précieux loisirs!

[heimplanet.com](http://heimplanet.com)



**UN SUIVI DE PRO**

L'agenda relié en cuir appartient au passé. Aujourd'hui, on minute son quotidien au moyen d'une application. Par exemple ATracker PRO. L'appli vous permet de consigner vos activités quotidiennes. Son fonctionnement est simple et convivial: il suffit de l'effleurer pour l'ouvrir ou la fermer.

[apple.co/2TBfnQg](https://apple.co/2TBfnQg)



Pratique, amusant ou surprenant:  
 tout ici a un lien avec le thème  
 «Pas le temps!».



**FAST GOOD FOOD**

Faire voyager ses papilles tout autour du globe en quelques heures seulement? Telle est l'idée du Streetfood Festival Tour 2019. Une multitude de foodtrucks et de stands serviront des plats sur le pouce, mais de qualité, dans 14 villes de Suisse. Bon appétit!

Toutes les infos sur:

[streetfood-festivals.ch](http://streetfood-festivals.ch)

REPORTAGE # 02

# LE TEMPS EST-IL CE QU'ON LIT SUR UN CADRAN?

INTERVIEW  
Susanna Stalder

PHOTOS  
Adrian Moser

**Le temps qui se lit au poignet, celui qui manque, ou qui ne fait pas vieillir les livres: voilà de quoi nous avons parlé avec Annette Weber, propriétaire et directrice de la maison d'édition Werd & Weber, à Thoune. Le musée d'horlogerie et d'instruments de musique mécaniques d'Oberhofen, au bord du lac de Thoune, était un décor idéal pour cet entretien.**

**Annette Weber, nous sommes entourées ici du tic-tac des montres. Pour vous, le temps, est-ce ce qu'on lit sur un cadran?**

Oui, absolument, je compte beaucoup sur ma montre. Il est important pour moi de savoir l'heure qu'il est.

**Le temps objectif, cependant, ne correspond parfois pas à notre ressenti. Quand avez-vous l'impression que le temps file?**

Au travail, le temps passe toujours à toute allure. Certains jours, on n'arrive pas à tout faire, tout se décale... Dans la vie privée, le temps file quand on passe un bon moment.

**Et quand le temps vous paraît-il long?**

Lors de réunions qui s'éternisent et chez le dentiste.

**En tant que directrice d'une maison d'édition, vous devez certainement assister à de nombreuses réunions.**

Non, je les évite autant que possible. Une fois par mois, nous avons une séance pour discuter des projets de livres en cours et planifier l'attribution des travaux. À côté de cela, nous avons souvent des entretiens bilatéraux de dix à quinze minutes, souvent debout. Naturellement, lorsque nous travaillons pour la première fois avec un auteur, nous discutons longuement avec lui pour clarifier toutes les questions.

**À quoi ressemble une journée de travail ordinaire pour vous?**

Je commence toujours par lire mes e-mails, je les traite aussi vite que possible, et je m'occupe des tâches administratives. Ensuite, aucune journée ne ressemble à une autre. Je réponds aux demandes de rendez-vous et aux questions de mes collaborateurs, des auteurs et des partenaires commerciaux que je reçois le matin.

**À quoi consacrez-vous beaucoup de temps?**

Au choix de nouveaux titres de livres et aux analyses de la branche du livre et des revues: comment évoluent les chiffres d'affaires, qu'est-ce qui marche bien, moins bien, où en sommes-nous par rapport au marché, etc.

**Et qu'essayez-vous de régler au plus vite?**

Les tâches administratives. Au bureau, nous avons peu de paperasse et gérons ces tâches aussi efficacement que possible. Sans quoi on peut vite s'y noyer.

**Utilisez-vous les offres de la Poste pour être plus efficaces?**

Oui. Par exemple, la Poste vient chercher nos envois. Cela nous permet de gagner environ deux heures par jour.



**Qu'est-ce qui est important pour vous dans la collaboration avec la Poste, en particulier en ce qui concerne le facteur temps?**

Le fait que nos envois, qu'il s'agisse de livres, de revues ou d'autres publications, arrivent sans retard et intacts chez nos clientes et clients. Pour le secteur de l'édition, la Poste est un partenaire important. J'irais même jusqu'à dire que sans elle, nous n'existerions pas sous notre forme actuelle. La Poste est fiable et achemine nos imprimés jusque dans les endroits les plus reculés de la région et de Suisse. Nous avons également fait de bonnes expériences et reçu un grand nombre de réponses après la distribution ciblée de flyers au moyen de PromoPost.





**Dans quel domaine la Poste pourrait-elle encore s'améliorer?**

Je suis très satisfaite. Cependant, si les prix venaient à augmenter fortement, notamment pour l'envoi des journaux gratuits, cela affecterait beaucoup une PME comme la nôtre.

**Quelles questions vous posez-vous au sujet du temps, de manière générale?**

Des questions sur l'avenir: comment planifier notre stratégie et notre orientation? Combien de temps nous reste-t-il, la continuité est-elle plus importante que le changement? J'essaie toujours de simplifier au maximum les processus et d'éliminer le superflu. Ma devise est «réduire au max».

**Nombreux sont les gens qui se plaignent de manquer de temps. D'autres sont motivés lorsqu'ils sont sous pression. Qu'en est-il pour vous?**

Je n'ai aucune peine à gérer le manque de temps. Dans mon premier emploi déjà, au magasin Loeb à Berne, j'étais souvent sous pression, mais j'aimais cela; et c'est toujours un moteur pour moi. Je pense que pour des créatifs comme des écrivains ou des illustrateurs, il est plus ardu de travailler sous pression.

**Pourquoi?**

Parce qu'ils sont obligés de faire des concessions, et que le résultat ne sera jamais satisfaisant dans ce cas, à leurs yeux du moins. Je remarque aussi que les auteurs de plus

de 60 ans abordent leur travail différemment: ils considèrent leurs textes comme définitifs, tandis que les plus jeunes sont habitués à pouvoir les retravailler sans cesse.

**Le rythme de parution des livres dans votre maison d'édition est impressionnant: plus de 120 titres paraissent chaque année, à quoi s'ajoutent les revues et les journaux locaux. Comment y parvenez-vous?**

Ce rythme est nécessaire en raison des faibles marges dans la vente de livres. Je suis également responsable de fournir assez de travail à mes employés.

**Au sein de votre équipe, qui est responsable des processus et de l'agenda des projets?**

Chaque projet de livre est attribué à une personne qui le gère de A à Z. Cette personne est présente lors du premier entretien avec l'auteur, elle s'occupe des contrats, coordonne les travaux relatifs au texte, choisit les images, et organise la relecture et l'impression, ainsi que le vernissage après la parution.

**Combien de temps s'écoule entre l'idée et le livre achevé?**

Environ un an. Les deux tiers des livres sont des projets que nous initiions. Cela signifie que nous choisissons le sujet et l'auteur, et que nous lui passons commande.

« **Les livres restent – bien plus longtemps que nous.** »

**Vous semblez avoir du flair pour identifier les tendances. Je pense notamment au succès de votre guide sur les auberges de montagne ou de différentes biographies que vous avez publiées. Comment sentez-vous que c'est le moment de traiter tel ou tel sujet?**

Je lis environ une heure par jour: des quotidiens, des hebdomadaires, des illustrés, sur Internet ou sur papier. C'est plutôt du survol, mais je remarque rapidement lorsqu'un thème émerge de plus en plus souvent. Les analyses de la branche de l'édition aident également à repérer les tendances.

**Dans une émission de la SRF, vous avez comparé la parution d'un livre à une naissance.**

Exactement. Lorsque le livre «naît», c'est-à-dire qu'il est imprimé, les choses sérieuses commencent: la commercialisation. Nous organisons environ 60 vernissages par an. Pas des lectures, mais des événements autour des livres. Et puis il y a nos offres pour les lecteurs, le publipostage, les flyers, etc.

**La fabrication d'un livre prend du temps, tout comme la lecture. Le numérique est plus rapide.**

**Les livres sont-ils encore dans l'air du temps?**  
Bien sûr. Et, chose importante, un livre ne s'efface pas. Il reste – même bien plus longtemps que nous. Du reste, un exemplaire de chacun de nos livres est conservé à la Bibliothèque nationale suisse.

**Vous croyez donc en l'avenir du livre.**

Oui, car le livre est l'imprimé par excellence. Et nous sommes tous, depuis notre enfance, influencés par les livres, même les personnes qui lisent peu ou ne lisent pas. Par exemple, le fait qu'aujourd'hui, de jeunes parents s'intéressent aux classiques de la littérature enfantine me réjouit beaucoup. L'un des livres qui, à mon avis, ne prend pas une ride est «Heidi», de Johanna Spyri. Nous l'éditions d'ailleurs dans sa version originale, avec une reliure en lin et des dorures. Les jeunes soulignent

aussi souvent qu'ils apprécient la sensualité du produit imprimé. À cela s'ajoute le fait que les livres luxueux sont à la mode.

**Qu'entendez-vous par là?**

Nous travaillons par exemple avec des tranches dorées, des reliefs ou des matériaux hauts de gamme. Dans les expositions, je remarque que les livres deviennent de plus en plus beaux et volumineux. Pour une maison comme la nôtre, ces éditions de luxe valent la peine, même si elles coûtent plus cher et que le processus de fabrication est plus long.

**Pour terminer, encore un mot sur vos loisirs: comment vous détendez-vous?**

En ne fixant presque aucun rendez-vous privé. Mon mari et moi pouvons ainsi passer notre temps comme nous l'entendons. Avoir devant soi plusieurs heures sans rien de prévu: quel bonheur! Et l'on a parfois de bonnes surprises, quand des amis toujours très occupés s'avèrent libres à la dernière minute pour un petit souper!

**Pour quoi aimeriez-vous avoir plus de temps?**

Pour faire du sport: du fitness, du golf, des promenades avec nos deux chiens. Les activités sportives ne doivent cependant pas ajouter du stress, elles doivent vraiment être synonymes de détente.



**A. Weber et sa maison d'édition**

Annette Weber est propriétaire et directrice de la maison d'édition Werd & Weber Verlag AG, à Thoune, qui emploie 25 collaborateurs et plusieurs free-lances. L'entreprise a été fondée en 1991, sous le nom de Weber AG Verlag. En 2013, elle a racheté la maison d'édition Werd à Zurich. Werd & Weber Verlag AG publie surtout des ouvrages spécialisés et des revues consacrées à la gastronomie, aux loisirs, à la randonnée, à la nature et aux personnalités. Elle édite également des feuilles officielles de la région du lac de Thoune et du lac de Brienz.



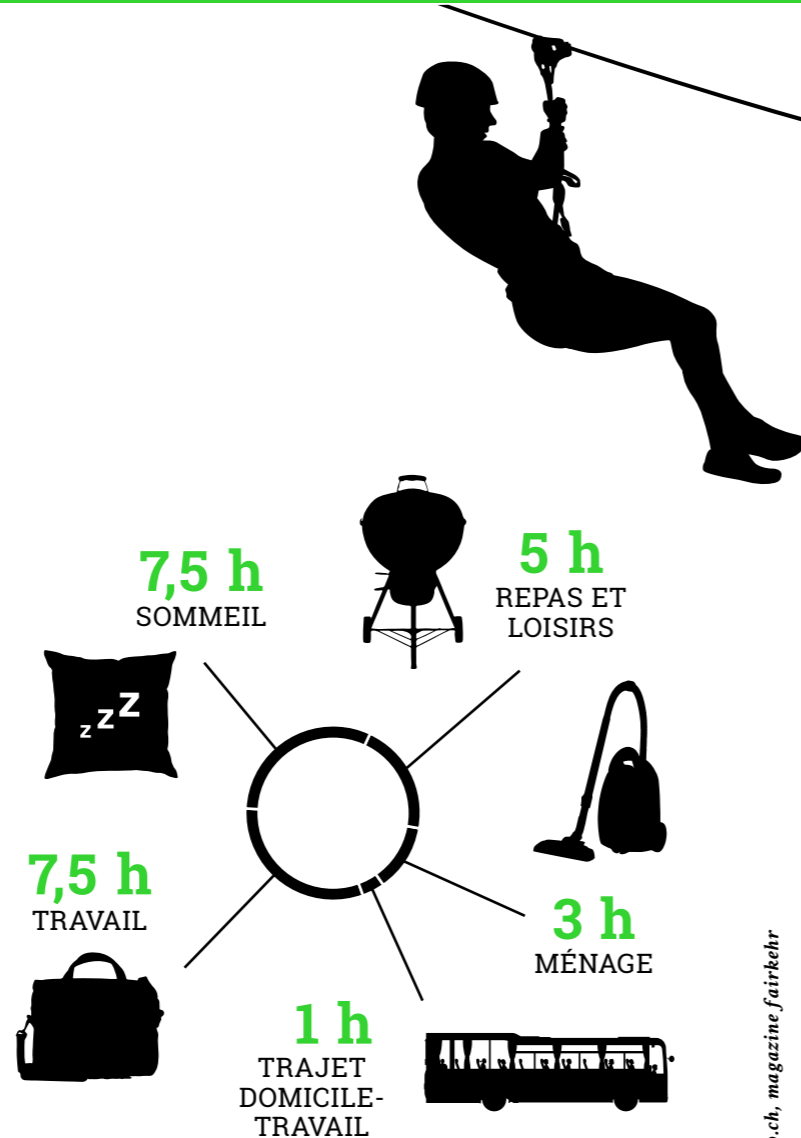
*Le musée d'horlogerie et d'instruments de musique mécaniques MUMM se trouve dans les locaux historiques du domaine médiéval «Wichterheer», à Oberhofen, au bord du lac de Thoune. Les montres exposées, de toutes tailles et de différentes époques, ont pour la plupart été fabriquées dans des ateliers et usines suisses.*

[uhrenmuseum.ch](http://uhrenmuseum.ch)

# TEMPS...

Le temps n'en fait qu'à sa tête. Il court, voire file à toute vitesse. Puis il se remet à marcher. Il est rare. Il est précieux. Et parfois, on ne sait pas où il est allé. Nous pas-sons par exemple cinq ans de notre vie à attendre.

Le bus? Le soleil? Une demande en mariage? Quelques faits et chiffres intéressants sur le temps.



## À QUOI NOUS PASSONS NOTRE TEMPS

Voilà à quoi ressemble une journée type en Suisse. Bien entendu, les valeurs indiquées sont des moyennes.\*

\*Sources: sotomo.ch, magazine fairkehr

## MINUTE!

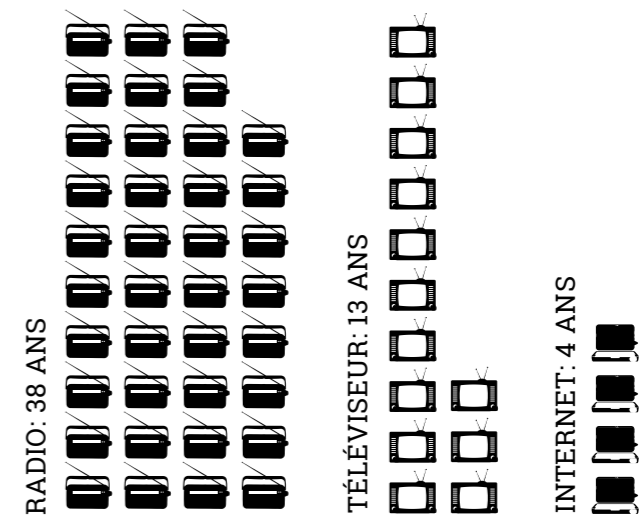
Lorsque les gens passent leur vie en revue, il est intéressant de voir à quoi ils auraient aimé consacrer plus de temps.\*

À ce propos: à quand remonte votre dernier voyage?

**52%** VOYAGES ET AVENTURE

**30%** AMITIÉS

**9%** ENGAGEMENT PROFESSIONNEL

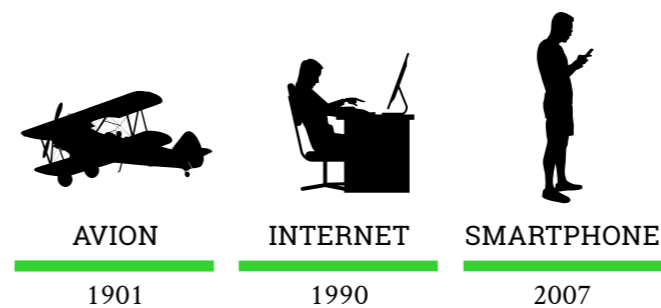
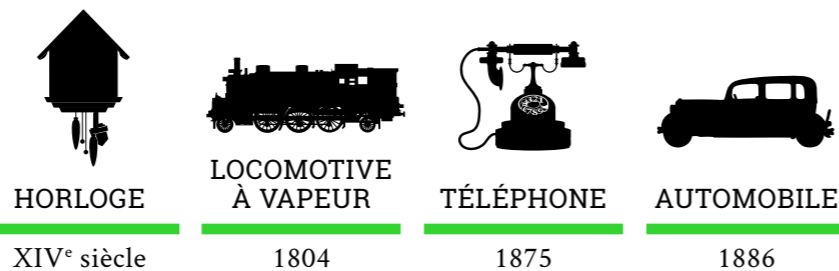


## À VOS MARQUES, PRÊTS, PARTEZ!

Aujourd'hui, tout fait son chemin plus vite, même les technologies. Si la radio a mis 38 ans pour atteindre 50 millions de personnes, Internet n'a eu besoin que de quatre petites années pour cela.\*

## COMMENT ÇA VA?

Attention, piétons rapides: entre 1994 et 2009, la vitesse de marche a augmenté de 10% dans les villes. À Singapour, elle a même progressé de 30%.\*



## RYTHME FRÉNÉTIQUE

Ces inventions se sont succédé toujours plus rapidement. Elles ont aussi fait qu'aujourd'hui, on peut être présent partout et tout le temps, et que la terre semble tourner toujours plus vite.\*

REPORTAGE # 03

# LE TEMPS, CLÉ DE LA RÉUSSITE

Sept ateliers de boulangerie et points de vente, plus d'une centaine de collaboratrices et collaborateurs, des chiffres d'affaires solides, à la dynamique croissante. Et tout cela, parce qu'il laisse beaucoup de temps à son levain. Qu'est-ce que Jens Jung, chef de «John Baker», a dans la tête, lui qui a quitté le chemin qu'on lui destinait pour se lancer sur sa propre voie? Histoire d'un succès qui a commencé par une dispute familiale.

TEXTE  
Kerrin Nausch

PHOTOS  
Sven Germann



«  
Je n'avais plus le  
temps d'attendre.  
Les gens qui attendent  
s'endorment et  
n'accomplissent rien  
à l'arrivée.»  
»

Il est 6h30 en ce matin de janvier, et il fait encore nuit noire. Mais le magasin de la boulangerie «Jung – inspired by John Baker», situé Klusplatz à Zurich, est déjà illuminé. Une odeur irrésistible de pain frais flotte dans l'air. Derrière la vitrine longue de bien cinq mètres, toutes sortes de miches et de pains, des brioches, des bretzels au beurre ou encore des croissants aux noisettes, attendent les premiers clients. Tout à droite, dans l'angle, se tient la pièce maîtresse de l'atelier: un four à bois majestueux. Il est maçonné en pierres brutes et totalise 4 m<sup>2</sup> de surfaces à cuire pivotantes. Derrière sa table de travail, au milieu du magasin, se tient Jens Jung, visage et cofondateur de la boulangerie John Baker, forme avec les dernières boules de pâte les pains complets qui ont fait la réputation de la maison.

Telle est justement l'une des raisons du grand succès de «John Baker»: clientes et clients peuvent observer la fabrication du pain. L'autre raison est le levain, qui fermente ici jusqu'à 72 heures avant d'être transformé en pain bio de première qualité. Une qualité si exceptionnelle que «John Baker» est aujourd'hui devenu la boulangerie modèle de Zurich.

## DE L'ORAGE DANS L'AIR

À première vue, l'histoire de ce succès ne surprend pas. Jens Jung est issu d'une famille de boulangers: il

a donc reçu l'amour du levain au berceau. Tout ce qu'il sait du métier, il l'a appris de son père, Bernd. Pour pouvoir faire face aux défis économiques de l'entreprise paternelle, qui a compté jusqu'à six points de vente, le jeune homme se spécialise. Pendant douze ans, père et fils travaillent côte à côte. En 2013, Jens veut reprendre la tête. Il a soif de changement, et de l'ambition. Mais son paternel ne parvient pas à décrocher. L'orage éclate. Jens Jung prend alors une décision radicale en abandonnant la sécurité d'un avenir tout tracé et la boulangerie de son père: «Je n'avais plus le temps d'attendre. Les gens qui attendent s'endorment et n'accomplissent rien à l'arrivée.»

Quelques mois plus tard, il recommence à zéro. Avec un tout nouveau concept. Mais dans le même métier. À 47 ans, il ouvre avec ses trois partenaires la première boulangerie «John Baker» au cœur de Zurich, à la gare de Stadelhofen, là-même où une filiale d'une grande chaîne de boulangerie low-cost a fait faillite. Il applique ce qu'il a appris auprès de son père et mise sur des matières premières de qualité, un levage de longue durée et un assortiment limité, entièrement fait maison. Mais il le fait de manière encore plus conséquente, en n'utilisant pour son pain que des produits de base écologiques et durables. Tout est certifié bio. Il n'en fait cependant pas un argument de vente: «Nous n'avons pas à nous proclamer bio. Nous le sommes, tout simplement.»

«  
**Nous n'avons  
pas à nous  
proclamer bio.  
Nous le sommes,  
tout simplement.**  
»

#### LE BOULANGER DU PEUPLE

Il le fait par conviction, et pas parce que le bio est tendance. Jusqu'à 30 ans, Jens Jung a voyagé partout dans le monde, et vécu de nombreuses expériences au cours de ses pérégrinations. Elles ont changé sa manière de considérer les aliments et l'alimentation. En tant qu'entrepreneur, il se sent aussi responsable. Vis-à-vis de l'environnement et des générations futures. Il trouve que le bio devrait être la norme, et pas seulement le luxe d'un petit nombre. «Je ne veux pas être un boulanger élitiste et cher, je veux être le boulanger du peuple, accessible à tous», explique Jens Jung.

Dans cette branche de plus en plus axée sur l'efficacité, son plan de miser sur la qualité et sur le temps s'avère pertinent. De plus en plus de personnes pensent comme lui, et «John Baker» fait un carton dès le début. Entre-temps, la paix est revenue dans la famille Jung. À l'été 2017, le père a remis ses trois points de vente à son fils. Le succès commercial de celui-ci y est sans doute pour quelque chose, mais le père a compris aussi que son fils devait suivre sa propre voie. Aujourd'hui, il est très fier de lui.



*Ingrédients bio de la région: la farine John Baker est livrée par l'entreprise Meyerhans Mühlen.*



# PAGES

# WINTER

Dans le travail de tous les jours, plus on conçoit ses processus et plus on effectue ses tâches de manière efficace, plus les chances de succès commercial sont grandes. Bonne nouvelle: la Poste propose des produits et des prestations qui vous permettent d'économiser un temps précieux.

## Mise à jour d'adresses en un rien de temps

Pour la fête d'ouverture de sa deuxième filiale, un centre de jardinage envoie une invitation par e-mail à ses clients et clients. Mais 5% des envois ne sont pas distribuables, c'est-à-dire qu'ils n'atteignent pas les convives potentiels. Le fichier clients contient des adresses obsolètes: bon nombre de personnes ont probablement déménagé. Traiter les retours et réadresser les lettres avant de les renvoyer prend du temps. Un temps que le centre de jardinage préférerait investir dans sa nouvelle filiale. Pour éviter ces retours de courrier, la Poste propose une large palette de prestations dans le domaine de la gestion des adresses. Que peut bien faire la jardinerie dans sa situation? Utiliser le service web «Traitement d'adresses en ligne». Il lui suffit de télécharger les adresses erronées et – après validation du mandat – celles-ci seront corrigées et mises à jour en quelques minutes. Ainsi, même les clientes et les clients ayant déménagé recevront encore leur invitation à temps.

[poste.ch/gestion-des-adresses](https://poste.ch/gestion-des-adresses)



## Prise en charge occasionnelle

La commande est emballée et prête à être envoyée, mais vous ne parvenez pas à caser le trajet jusqu'à la filiale de la Poste dans votre agenda du jour. Avec le service «Prise en charge occasionnelle», la Poste vous évite de devoir vous rendre au guichet et vous permet de gagner du temps. Et pour que les choses aillent encore plus vite, le service peut aussi être commandé en ligne, en quelques clics. La Poste vient chercher tous vos envois postaux sur le site de votre entreprise – colis et lettres, envois express, envois pour l'étranger – et ce, au moment qui vous convient. Veuillez commander notre service de prise en charge au moins deux heures avant le créneau horaire souhaité.

[poste.ch/prise-en-charge-online](https://poste.ch/prise-en-charge-online)

## Déposé aujourd'hui – distribué aujourd'hui

Parfois, les choses doivent aller vite, et même très vite. La biographie dédicacée de la librairie de Winterthour est LE cadeau idéal pour votre amie amatrice de littérature. Mais les festivités ont lieu le jour même à Lucerne. Acheté le matin, distribué l'après-midi? C'est possible avec les Services SameDay de la Poste, grâce auxquels les envois atteignent leur lieu de destination en un éclair, ce qui est souvent un avantage pour le succès commercial. La prestation SameDay après-midi couvre l'axe économique suisse; SameDay soir couvre, en plus, d'autres destinations. En fonction de l'offre, les envois urgents sont distribués à leur destinataire entre 14h00 et 17h00 ou entre 17h00 et 20h00.

[poste.ch/sameday](https://poste.ch/sameday)





### COMME LE TEMPS PASSE...

En construisant, voilà 20 ans, trois centres colis, la Poste a révolutionné le traitement et la distribution des paquets. L'occasion de faire la fête? Oui, mais aussi de tourner son regard vers l'avenir. La Poste fait face aux volumes croissants des colis en construisant trois centres régionaux supplémentaires: dans les Grisons, en Valais et au Tessin.



### DIGITAL COMMERCE CONNECT

Le 22 mai, le commerce numérique a rendez-vous à Zurich. Cette conférence d'un jour sera consacrée à l'échange d'expériences entre start-up, commerçants et prestataires de services. Partenaire de l'événement, la Poste sera présente avec sa propre lounge. Billets et informations:

[digital-commerce-conference.ch](http://digital-commerce-conference.ch)

## POST BITES

Nouveautés et infos intéressantes sur le monde de la Poste.

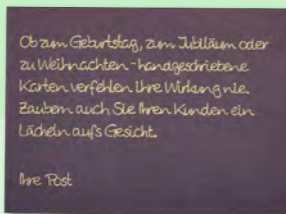


### 20 JAHRE SDV AWARD 2019

#### SDV AWARD 2019

Chaque année, le SDV Award récompense les meilleurs travaux de marketing de dialogue. Le 6 juin 2019, l'Association suisse de marketing direct (SDV) organisera la vingtième édition de l'«Award Night». Cette année encore, la Poste y participera en tant que partenaire Premium.

[sdv-award.ch/gala](http://sdv-award.ch/gala)



### ÉCRIRE COMME PAR MAGIE

Au moment où l'on ouvre la boîte aux lettres, les lettres manuscrites attirent l'attention. Le robot calligraphe RoboPen de la Poste écrit des invitations pour fêter l'anniversaire d'une entreprise, des cartes pour remercier les clients de leur fidélité, des publipostages ou des adresses sur les enveloppes comme s'ils avaient été rédigés à la main. Les taux de retour sont jusqu'à dix fois supérieurs à ceux des publipostages classiques, imprimés ou en ligne.

[poste.ch/robopen](http://poste.ch/robopen)



## IMPRESSUM

#### ÉDITION:

La Poste Suisse SA  
Wankdorffallee 4  
3030 Berne  
[yellow@poste.ch](mailto:yellow@poste.ch)  
[poste.ch/yellow](http://poste.ch/yellow)

#### RÉDACTRICE EN CHEF

Susanna Stalder  
Anita Suter

#### DIRECTION DE PROJET

Sandra Schindler

#### CONCEPT ET LAYOUT

AVANCE, Stuttgart

#### TRADUCTION ET RELECTURE

Service linguistique de la Poste

#### PRÉPRESSE

RTK Medientechnik AG  
Kloten

#### IMPRESSION

Stämpfli SA, Berne

#### TIRAGE

38 000

## OÙ EST-IL PASSÉ?

LE TEMPS - ON CHERCHE SANS CESSER À EN GAGNER, MAIS ON N'EN A JAMAIS ASSEZ.

«Le temps ne s'écoule pas plus vite qu'autrefois, mais nous passons plus vite à côté.»

George Orwell

«Nous ne manquons pas de temps, mais nous en avons beaucoup dont nous ne savons pas tirer parti.»

Sénèque

«Je vais tous les jours travailler à vélo. Je perds trop de temps en voiture.»

Jens Jung, John Baker AG

## À VOTRE TOUR!

### AUTOMATISATION INTÉGRALE: IDÉE GÉNIALE OU FOLLE?

Le prochain numéro de YELLOW sera bleu et consacré au thème de l'automatisation.

Donnez-nous votre avis: considérez-vous l'automatisation galopante dans l'industrie et le quotidien professionnel comme une opportunité ou un défi?

Une sélection de vos réponses sera publiée dans la prochaine édition.

Merci de nous écrire à: [YELLOW@POSTE.CH](mailto:YELLOW@POSTE.CH)

Yellow s'adresse à la clientèle commerciale de la Poste. Le magazine peut être consulté sur [poste.ch/yellow](http://poste.ch/yellow).



MIXTE  
Papier issu de  
sources responsables  
FSC  
www.fsc.org  
FSC® C0005019

219.23.1 FR 04.2019

**LA POSTE** 