

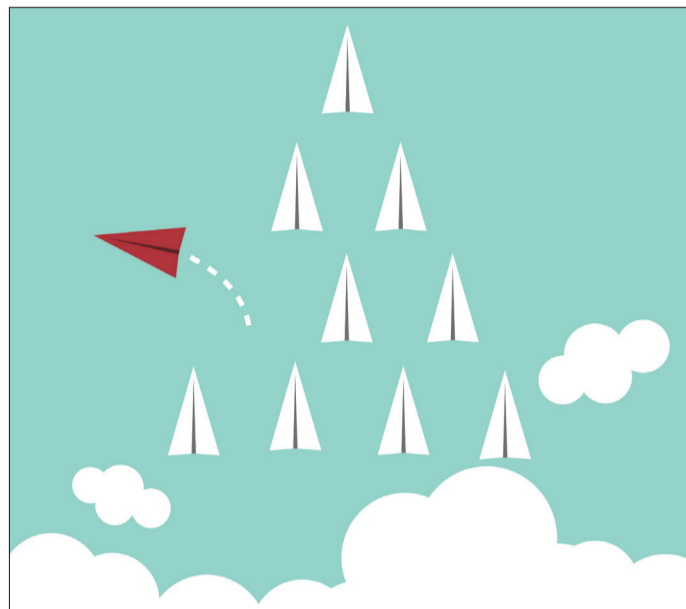
Disruption: vers une transformation positive

Lors de la conférence Wawe, organisée par le Career Women's Forum, il a été question des mille et une manières de bousculer le quotidien au travail.

FLAVIA GIOVANNELLI

Le phénomène de disruption est fréquemment associé à l'avènement des nouvelles technologies et aux risques pour les emplois traditionnels. Il est toutefois également possible de voir dans l'obligation d'évoluer une chance de mieux vivre.

C'est cette approche positive qu'a voulu évoquer Anne Dafflon Nouvelle, la présidente du comité du Career Women's Forum (CWF), grâce à des orateurs rodés à l'art du *storytelling*. Jürgen Muller, associé chez PwC, a raconté son expérience personnelle: comment il était tombé dans une certaine routine qui l'a conduit à collectionner les missions en ayant toujours le sentiment de devoir en faire plus, jusqu'à oublier la notion de plaisir au travail. Après avoir tout tenté pour retrouver la flamme – par la méditation, le yoga ou d'autres pratiques à la mode – il a enfin eu le déclic, tout seul. Mais le cheminement ne s'est pas fait d'un claquement de doigts. Aujourd'hui, il occupe toujours le même poste, mais il estime que tout a changé parce que la disruption qu'il a vécue a été positive. Quant à Mette Stannow, directrice exécutive



SE REMETTRE EN CAUSE et prendre un nouveau chemin.

de Wire Stone, une agence numérique basée à Genève, elle a raconté quelques moments du même type qui ont jalonné sa vie. Elle aussi a été proche du burn-out, à la suite de multiples problèmes ou causes d'insatisfaction à la fois professionnels et privés. Enfin, Jonathan Normand, qui dirige Best for Geneva et a fondé le réseau de certification éthique B Lab, il a prôné une approche inclusive de l'économie. En réinventant l'entreprise, en

rendant les gens plus autonomes et impliqués, l'orateur pense que les résultats seront plus durables et plus en phase avec les besoins actuels de la société. En bref, que le changement soit subi ou voulu, la disruption est faite pour que nous nous remettions en cause. Voilà pour le ton général des interventions.

SE PRÉPARER À L'INATTENDU

Sortir de sa zone de confort est une manière de se préparer à

ce qui peut nous attendre un jour ou l'autre. Lors de la soirée, Katt Cullen, spécialiste de *stand up*, a même réussi à faire bouger la salle – soit près de deux cent cinquante personnes – en proposant des jeux interactifs. Chacun a pu tester sa capacité à rebondir, par le verbe, et voir quels enseignements il est possible d'en tirer. L'animatrice pratique beaucoup cet entraînement fondé sur l'écoute, qui permet d'activer les capacités d'adaptation. Katt Cullen et sa troupe d'improvisation les Renegade Saints ont ainsi rencontré de nombreux dirigeants venus pour apprendre à se lâcher. Outre cette soirée, qui s'est déroulée devant un auditoire mixte, de manière à confronter les points de vue, le CWF organise de nombreux événements. Fondée en 1982 à Genève, cette association fait office de pionnière dans le combat pour l'égalité des chances. Des objectifs qu'elle poursuit toujours avec passion, notamment en ce qui concerne la question toujours brûlante des salaires. ■

Pour en savoir plus sur les événements organisés par le CWF, dont le lunch mensuel, voir www.cwf.ch/events/

LU DANS

Le Nouvelliste

Le Valais teste la retraite à la carte

En matière de retraite, on innove, en Valais! Depuis le 1er janvier, les employés de l'Etat ont la possibilité de quitter la vie professionnelle dès l'âge de 58 ans et jusqu'à 70 ans. Près de dix mille employés, dont quatre mille cinq cents enseignants, sont concernés. Le canton est l'un des premiers en Suisse à s'adapter ainsi aux changements de société. La loi, votée par les députés en 2018, permet à ces fonctionnaires de trancher selon leurs critères personnels, que ce soit en travaillant plus longtemps pour obtenir une rente plus élevée ou en misant sur plus de temps libre. (31.01.20)

24 heures

Le Magic Pass atténue les effets du manque de neige

La saison d'hiver n'est pas encore terminée que déjà se fait sentir la pénurie d'or blanc en moyenne montagne. D'après MétéoNews, les conditions actuelles sont critiques et les perspectives qu'il neige suffisamment dans les Préalpes plutôt minces. Après avoir augmenté la fréquentation des petites stations ces dernières années, c'est maintenant le fonds de solidarité prévu par le Magic Pass qui se présente comme une innovation intéressante, propre à rassurer ses membres. (04.02.20)

Le Quotidien JURASSIEN

Roule, ma poule!

En matière d'agriculture, il est possible d'innover en faisant preuve d'ingéniosité. Ainsi, à Porrentruy et à Schaffhouse, des éleveurs de poules-pondeuses testent la formule de poulaillers mobiles. L'abri des gallinacées, monté sur roues, est ainsi déplacé plusieurs fois par année, ce qui est mieux pour les sols. En effet, les poules mangent de l'herbe et grattent la terre de leur poulailler. Il est possible de labourer le sol lorsque le poulailler est déplacé, permettant ainsi une rotation bénéfique. Quant aux poules, elles se portent bien et leurs œufs sont magnifiques! (08.02.20)



SELF-MARKETING

Nos couleurs fétiches nous aident à prendre le pouvoir

Les neurosciences viennent à la rescousse de ce que chacun d'entre nous sent intuitivement: en portant telle ou telle couleur, ou plutôt telles nuances de couleur, nous produisons un effet qui n'a rien d'anodin. Dans tous les cas, le sentiment d'avoir une bonne image renforce la confiance en soi, c'est prouvé!

FLAVIA GIOVANNELLI

Les Grecs se préoccupaient déjà à l'Antiquité du rôle des couleurs sur la psyché humaine. L'effet que les couleurs ont sur des individus est conditionné par leur histoire, par leur environnement et par leurs croyances. D'une époque à l'autre ou d'un peuple à l'autre, les réactions aux couleurs ne sont ainsi pas les mêmes. Les Occidentaux associent par exemple le noir au deuil, alors que les Orientaux lui associent le blanc.

«Johannes Itten, un peintre suisse enseignant au Bauhaus, a mené des tests auprès de ses étudiants. Surpris lui-même par les résultats, il en a produit une théorie de la colorimétrie», explique Fabienne Ferrari, experte en image et animatrice d'un module de cours à la FER Genève (Image de soi dans le monde du travail, voir www.fer-ge.ch, rubrique Formations et événements; la prochaine formation a lieu le 24 février 2020). Le travail de Johannes Itten s'est avéré suffisamment probant pour qu'il soit largement repris par les spécialistes en marketing. Les professionnels du *relooking* ont appris à s'en servir pour aider leurs clients à mieux maîtriser leur apparence. L'une des analyses qui a eu le plus de succès est celle

qui associe un groupe de tons à une saison. Selon Fabienne Ferrari, qui l'utilise, il semble que nous ayons tous un sous-ton de peau, soit chaud, soit froid. Une fois cette segmentation faite, l'analyste détermine si un teint donné supporte une intensité de couleur plus ou moins forte. Cela débouche sur la théorie des quatre saisons: les personnes «printemps» sont mises en valeur par des tons chauds, mais doux. Les «étés» portent à merveille les nuances froides et claires. Les «automne» aiment les couleurs chaudes et soutenues, voire saturées. Enfin, les hivers brillent dans les tons froids et intenses.

Pour Fabienne Ferrari, pas question de prendre des raccourcis sur un vague coup d'œil. Lors de la consultation, elle procède à un examen attentif et rigoureux: elle commence par cacher les cheveux de son client sous une charlotte, avant de tester différents foulards colorés directement contre le visage. Normalement, il doit être facile de se rendre compte de l'effet bonne mine qui en ressort (ou non). Un nuancier personnel permet de valider ses futurs achats ou de faire un tri dans ses placards. «Nous avons tous intérêt à connaître le rôle psychologique des couleurs pour maximiser

l'effet que nous produisons en société», estime-t-elle.

Si elle perdure avec succès, cette méthode – pour certains difficile à suivre – n'est pas la seule. La gourou du style londonienne, Trinny Woodall, fondatrice de Trinny London, préfère simplifier le processus, en classant «approximativement» – comme elle le dit elle-même – les personnes en trois groupes: ceux qui portent bien les couleurs vives et froides; ceux qui doivent aller vers les nuances chaudes et ceux qui se situent dans les tons moyens, pas trop criards et un peu nuancés. Elle s'inspire des travaux existant sur la colorimétrie, tout en évitant d'être trop technique. Elle part du principe que le mieux est l'ennemi du bien et mise sur l'intuition des intéressés plutôt que sur des diktats.

LES HOMMES, CES «BLEUS»

Bruno Grande, fondateur et propriétaire de la marque suisse de prêt-à-porter masculin Ka/Noa, s'adresse à des clients masculins en quête de conseils personnalisés. Sur le chapitre des couleurs, il en connaît un rayon: «J'ai beaucoup voyagé dans ma vie. J'ai imaginé une garde-robe qui tienne dans une valise à roulette et qui soit interchangeable pour toute occasion, de la plus habillée au cocktail informel

entre amis», explique-t-il. Avec l'expérience, l'entrepreneur met l'accent sur les tons sobres, plus faciles à mixer: les gris, les beiges et surtout les bleus, sa couleur préférée. «J'aime tous les bleus. Cela va à tout le monde et ça ne peut pas être moche», avance celui qui n'aime pourtant pas les clichés. Bruno Grande estime que les couleurs claires ne sont pas réservées exclusivement aux beaux jours, ni que certains peuples portent plus facilement les couleurs vives que d'autres. Pour lui, l'audace ne réside pas dans des interdits, mais plutôt dans l'art de marier les tons.

COULEURS FORTES AU BUREAU?

De manière générale, les experts du style recommandent de miser sur des teintes neutres lorsqu'il faut être pris au sérieux dans le milieu professionnel. C'est d'autant plus vrai dans les métiers traditionnels ou qui imposent le port d'un uniforme. La marge de manœuvre se réduit alors aux accessoires, mais ils peuvent à eux seuls contribuer à ce qu'une personne se sente plus en accord avec sa nature profonde, car c'est l'objectif. L'important serait de rester ouvert aux changements de mœurs, la couleur véhiculant un message. Veronika Koller, une linguiste austro-britan-

nique, estime par exemple que le rose, dont certains se méfient au travail, doit être réhabilité dans cet univers. Selon elle, dans la foulée de la montée au pouvoir des femmes, une majo-

rité d'individus associe désormais le rose à l'indépendance et à la féminité post-féministe, évoquant force et progrès. Bref, les couleurs sont en perpétuelle évolution. ■

FIDUCIAIRE | SUISSE

Union Suisse des Fiduciaires
Schweizerischer Treuhänder-Verband
Unione Svizzera dei Fiduciari

Section Genève

Les membres de Fiduciaire Suisse section Genève, vos partenaires privilégiés dans les domaines fiscaux, économiques, comptables, révisions et conseils.

www.fiduciairesuisse-ge.ch

98, rue de Saint-Jean · Case Postale 5278 · 1211 Genève 11
Tél. 058 715 37 16 · Fax. 058 715 32 13

burkard
EXPERTS COMPTABLES SA

Rue de la Rôtisserie 6, CP 3041, 1211 Genève 3
T. +41 22 817 03 10 • F. +41 22 817 03 18 • E. info@burkard-ge.ch
Membre d'EXPERTSuisse