

# Pro #2

Le journal des entreprises

Conseils | Gestion de la santé | LPP

## Retour sur l'immense succès de l'opération DireQt

**Interview de Pascal Meyer, «loutre in chief» de QoQa et témoignages de quatre entreprises**



DIREQT, PLATEFORME DE SOUTIEN AU COMMERCE LOCAL IMAGINÉE AU DÉBUT DE LA CRISE SANITAIRE LIÉE À LA COVID-19, LANCÉE ET PORTÉE DURANT LE PLUS FORT DE LA PANDÉMIE, PAR PASCAL MEYER, «LOUTRE IN CHIEF» DE QOQA, AURA ÉTÉ UN FORMIDABLE SUCCÈS. RETOUR SUR UNE MAGNIFIQUE AVENTURE QUI A VU LA FONDATION GROUPE MUTUEL S'ENGAGER À HAUTEUR DE 1 MILLION DE FRANCS EN FAVEUR DES PETITS ARTISANS.



# «DireQt a généré et fédéré des tas d'ondes positives»

## Comment est née l'idée de l'opération DireQt?

C'était le jeudi 12 mars 2020. Nous étions en téléconférence avec six à huit de mes collègues, et on a commencé à se demander ce que nous pourrions faire pour aider tous nos potes qui ont dû fermer leurs restos, bars, boucheries et petits commerces. Il fallait trouver une solution pour les aider au moment où les gens se précipitaient dans les supermarchés pour faire des monstres réserves, snobant ainsi un peu les petits artisans. On est parti sur un truc à la QoQa-style, un truc pour vraiment aider les commerçants à s'en sortir. La mission de DireQt, c'était d'aider. On s'en foutait de se cannibaliser un peu ou de faire concurrence à celui-ci ou celui-là. On voulait juste aider les petits commerçants. On a donc commencé à monter une plateforme digitale en quelques heures et j'ai contacté deux partenaires externes pour les 20% de bonus. La Vaudoise et le Groupe Mutuel. Et là, je dois dire que c'était incroyable. En quelques heures, les deux ont été convaincus par le projet, ont dit un grand oui enthousiaste et ont accepté de s'engager pour 1 million chacun. J'en ai encore les frissons.

## C'était facile à mettre en place?

Oui et non. Une fois que les deux partenaires ont dit oui, il a fallu faire le job et mettre en place la plateforme technologique. On avait une monstre pression. Ça a été facile parce que l'équipe de QoQa adore relever des défis. Mais difficile, car le temps était très court. Nous avons, durant les 7 semaines qu'a duré le projet mis en place une équipe dédiée chez QoQa de 25 personnes pour gérer tous les aspects de DireQt. Ils ont fait un job de fou. Nous étions parfois à la limite mais tout le monde était hyper fier de faire partie de l'aventure, hyper impliqué. Ce projet a fédéré des tas de gens à l'interne. C'était génial.

## Êtes-vous surpris par l'ampleur du succès?

Les chiffres sont impressionnants: 9 millions, 5200 commerçants locaux, 34 000 clients mobilisés! C'est effectivement dingue. On espérait au mieux la moitié et au final ce fut un très gros succès. Beaucoup de gens nous ont téléphoné. Des communes, notamment dans la vallée de Joux, nous ont demandé s'ils pouvaient se greffer sur l'opération. DireQt a généré et fédéré des tas d'ondes positives.

# 9

MILLIONS DE FRANCS RÉCOLTÉS  
DU 27 MARS AU 11 MAI 2020

# 34 000

PERSONNES ONT PARTICIPÉ  
À L'OPÉRATION EN ACHETANT DES BONS  
ET EN VERSANT DES DONNS

# 5200

COMMERÇANTS ET ARTISANS LOCAUX  
DANS TOUTE LA SUISSE

## Pourquoi arrêter DireQt?

Bien sûr que l'on s'est posé cette question. Mais l'alignement des planètes a été parfait, avec la fin de l'opération le 9 mai et un retour vers une certaine normalité dès le 11 mai. Tout était impeccablement calé. Si on avait voulu le programmer, jamais cela n'aurait marché. Mais, il faut bien s'arrêter un jour et revenir à la réalité.

## Ça donne des idées ou pas?

Oui, surtout dans l'accompagnement digital des petits commerçants. Certains petits artisans ont découvert un nouveau monde. On a vécu des moments épiques. Nous sommes donc en train de regarder ce que QoQa pourrait mettre en place pour les aider à profiter du e-commerce et surtout sans prendre des marges exagérées, comme peuvent le faire certaines autres plateformes.

## Est-ce un tournant en Suisse?

La pandémie a accéléré les changements, notamment dans le digital. Il y a, par exemple, beaucoup d'enfants qui ont réussi à convaincre leurs parents de faire le pas digital. C'était fou. Certains n'y ont pas cru au début. Ils nous disaient: elle est où l'arnaque? Je me souviens d'une dame d'une septantaine d'années, avec un tout petit commerce, qui a pleuré au téléphone quand elle s'est rendu compte que l'argent rentrait vraiment et que nous rajoutions 20% de bonus. C'était émouvant. Et des histoires comme ça, il y en a eu beaucoup.

## On sent un intérêt plus marqué pour les produits du terroir, le fait maison, l'artisanat, le proche de nous. Durable comme effet ou pas?

QoQa travaille très sérieusement sur une solution digitale hyper simple et intéressante pour les petits commerçants. L'objectif est de proposer une plateforme honnête avec des marges honnêtes. Notre force de frappe, c'est notre communauté de 700 000 personnes qui est prête à tout. Avec des outils simples, on pourrait imaginer des tas d'opérations pour rendre service aux commerçants sans les arnaquer.



## L'ATELIER PINK POULET

Aubonne - [www.pinkpoulet.ch](http://www.pinkpoulet.ch)

C'est en 2015, après la naissance de ses deux enfants, que Laetitia Roth, 33 ans, graphiste de formation, commence à coudre des habits. Après six mois, Pink Poulet, marque de vêtements et accessoires pour enfants de 0 à 5 ans, est née et le site web est créé. Dans l'atelier d'Aubonne (VD), les produits sont faits main et fabriqués dans des matières certifiées bio ou Oecotex. Les vêtements sont confortables et évolutifs, du sarouel (petit pantalon pour bébés) aux robes, pulls, salopettes en passant par les barboteuses et accessoires. Le client, lui, peut choisir sur mesure dans un grand choix de tissus et d'articles.

Laetitia Roth: «Quand la Covid-19 est arrivée, la chute des commandes a été immédiate. Tous les marchés auxquels Pink Poulet devait participer ont été annulés et l'approvisionnement en tissus est devenu difficile.»

Utile alors, la plateforme DireQt.ch?

**«Très utile, ça nous a beaucoup aidés. Le démarrage a été spectaculaire quand j'ai communiqué cette initiative sur les réseaux sociaux, les commandes ont été relancées et cela nous a permis de passer le cap sans trop de difficultés.»**



# JURA CRAFT BEER

# BLACK PIG

## COURROUX

Courroux - [www.blackpig.ch](http://www.blackpig.ch)

C'est en 2015 que Benjamin – dit Ben – Bost, 42 ans, marié, père de deux enfants, fonde la brasserie BlackPig, dans un garage de Courroux (JU). Ingénieur en électronique de formation, il s'est lancé dans l'aventure de l'entrepreneuriat, boosté par sa passion de la bière artisanale et du sourire communicatif. Il est bientôt rejoint par Christophe Schaer et Robert Reinhardt. Sous leur houlette, BlackPig progresse vite, surfant sur le boom des produits locaux et des bières originales, non filtrées, très aromatisées et houblonnées.

En janvier, alors que BlackPig s'apprête à vivre une année 2020 de toutes les nouveautés, survient la Covid-19. Ben Bost: «On l'a prise en pleine face, alors que tout était prêt: notre nouvelle ligne de production (capacité: 180 000 litres annuels), notre surface de 300 mètres carrés, avec bar, brasserie, local de production. Le carnet de commandes des manifestations prévues cet été a pratiquement été effacé en un mois et demi. Alors disons que le concept de la plateforme direQt.ch nous a tout de suite parlé.»

**«Au niveau de l'impact et du chiffre, cela nous a sauvés les mois de mars et avril.»**



# squadra violi.com



Bâle - squadravioi.com

## «Nous avons eu de la chance dans notre malheur»

«Nous sommes cinq amis qui travaillons dans le secteur de la restauration et de l'événementiel. Les raviolis maison sont le pilier de notre activité. Lorsque la pandémie du coronavirus a éclaté, nous étions en passe d'obtenir l'autorisation pour rénover un restaurant. Le confinement a considérablement ralenti nos projets et nous avons dû mettre en veilleuse la production prévue pour des événements qui allaient être annulés, pour les grossistes et les restaurants pop-up. Nous avons alors adapté le public cible et lancé une boutique en ligne pour les particuliers. L'aide concrète et directe de QoQa avec DireQt est arrivée à point nommé! Même si le nombre de nouveaux clients reste modeste, nous avons réussi à faire connaître nos raviolis en dehors de Bâle également. Nous avons eu de la chance dans notre malheur».

# QoQa

## QoQa, c'est quoi?

Depuis près de quinze ans, QoQa.ch rythme le quotidien de sa Communauté d'environ 700 000 membres à grand renfort d'offres incroyables.

Une équipe de 120 «loutres» toujours prêtes à surprendre avec des bons plans, mais aussi des offres caritatives et des projets hors du commun, comme l'achat communautaire d'une œuvre de Pablo Picasso en 2017 par 25 000 personnes ou DireQt, plateforme de soutien au commerce local montée au début de la crise sanitaire liée à la COVID-19.



# Wanner Cycles Orbe

Orbe  
www.wanner-cycles.ch

## «Cette aide m'a été très utile pour limiter la casse»

C'est en 2006 qu'Olivier Wanner (54 ans), marié, un enfant, prend les rênes de Wanner Cycles à Orbe (VD), spécialisé dans le haut de gamme (vélo de route, VTT, vélo électrique). En treize ans de compétition, le passionné a connu le succès sur route (catégorie élite) mais aussi en VTT (victoire au Verbier-Grimentz de 1992). Il travaille aujourd'hui avec un mécanicien, également formateur pour apprentis, et est épaulé à temps partiel par une secrétaire.

«Le vélo électrique nous a fait entrer dans un monde connecté, alors que le

contexte de concurrence du web et des achats en ligne est rude», souligne Olivier Wanner. Qui se souvient du coronavirus: «Le marché est tombé en deux jours. On en a profité pour écouler le stock commandé. Puis on a fermé pendant dix jours. Par la suite, nous avons l'autorisation de travailler un peu en magasin d'urgence.»

Et la plateforme DireQt.ch? «Elle a pris très vite une énorme ampleur. Au point qu'on a fini par me retirer du site parce que mes clients achetaient trop de bons! Cette aide m'a été très utile pour limiter la casse. Nous avons rouvert le 11 mai et, depuis, les clients sont revenus en nombre.»

# COVID-19: NOS RETRAITES SONT-ELLES EN DANGER?

EN SUISSE, LA LÉGISLATION GARANTIT UNE SÉCURITÉ DES AVOIRS DE RETRAITE JUSQU'À 150% DES CONTRIBUTIONS MINIMALES SELON LA LPP. CETTE SÉCURITÉ LÉGALE EST COUPLÉE À UNE STRICTE RÉGLEMENTATION QUI RÉGIT LA SÉCURITÉ DES AVOIRS GÉRÉS PAR LES CAISSES DE PENSION. AINSI CELLES-CI PORTENT D'IMPORTANTES RESPONSABILITÉS POUR GARANTIR LA PRÉVOYANCE DES SALARIÉS ET INDÉPENDANTS, NOTAMMENT SUITE AU COVID-19.

## **Non, mais... une réforme du 2<sup>e</sup> pilier devient indispensable.**

La diversification des investissements, qui constitue un élément fondamental de la gestion des risques de placement, est inscrite dans les dispositions légales. En outre, un degré de couverture inférieur à 100% est temporairement toléré, à condition que le rétablissement de la situation dans un délai raisonnable puisse être démontré.

Comment se prémunir d'un degré de couverture insuffisant? En anticipant. L'anticipation se matérialise par la constitution de réserves solides, en lien avec les risques pris par la caisse de pension en matière d'investissement et d'un niveau suffisant pour supporter les chocs financiers.

Groupe Mutuel Prévoyance (GMP) a depuis de nombreuses années focalisé sa méthode d'investissement sur la diversification des types d'actifs détenus dans les portefeuilles, la qualité des entreprises et des débiteurs, ainsi que sur l'atteinte d'un solide taux de couverture des engagements (115,2% à fin 2019). Ces choix permettent d'assurer les rentes de retraités et de proposer des intérêts attractifs aux assurés actifs.

Avant même la crise découlant de la Covid-19, GMP avait décidé de repenser la manière d'aborder les investissements. Le développement durable, l'impact social et une gouvernance irréprochable sont au cœur des investissements considérés par l'acronyme «ESG». La crise de la Covid-19 ne fait que renforcer les convictions d'une politique d'investissement empreinte d'une attention sociétale et durable, tout en préservant le rendement des investissements à long terme. Ceci pour garantir les rentes futures des assurés.



# Pourquoi le 2<sup>e</sup> pilier doit-il être réformé rapidement?

On assiste actuellement à un financement croisé des actifs en faveur des retraités. Rappelons ici que le 1<sup>er</sup> pilier repose sur un principe de répartition (les cotisations des actifs financent les retraites en temps réel), alors que le 2<sup>e</sup> pilier repose sur un principe de capitalisation (les cotisations des actifs sont portées sur leur propre compte pour financer leur propre rente de retraite). Un mélange des systèmes déséquilibre le 2<sup>e</sup> pilier et génère ce transfert des actifs en faveur des retraités. Si bien que ces montants manqueront aux actifs au moment de leur retraite. Sur une carrière complète, 1% d'intérêt supplémentaire représente 20% de capital supplémentaire à la retraite.

## Le taux de conversion LPP porte préjudice aux jeunes assurés.

Le taux de conversion minimal LPP de 6,8% impose un transfert annuel des assurés actifs en direction des assurés retraités. Il est estimé entre 6 et 7 milliards en 2019, d'après le chef du Département fédéral de l'intérieur, Alain Berset. Autrement dit, les assurés actifs sont ainsi privés d'une part d'intérêt annuel de leurs avoirs accumulés en raison de ce transfert.

## Comment est-ce possible?

Un assuré qui part à la retraite à 65 ans avec un avoir de vieillesse de 100 000 francs reçoit une rente viagère de 6800 francs. Sur la base des tables LPP 2015 (données statistiques de longévité de grandes sociétés suisses) et d'un taux technique de 1,75%, une provision d'environ 130 000 francs est immédiatement constituée afin de pouvoir verser cette rente durant toute la vie de cet assuré et jusqu'au décès de son épouse. Cet écart de 30 000 francs, financé par la caisse de pension, compose le transfert entre actifs et retraités dont il est question ici.

**Il est donc urgent de réformer le 2<sup>e</sup> pilier.**



## 1<sup>er</sup> Forum Prévoyance, réservez votre place!

Les enjeux de la prévoyance comptent parmi les principaux défis des années à venir.

Alors qu'on assiste aujourd'hui à un financement croisé des actifs en faveur des retraités, les chantiers de réflexion ne manquent pas. Au premier rang desquels se trouvent le vieillissement de la population et les incertitudes liées aux marchés financiers et à leurs performances. Mais aussi l'évolution des modèles familiaux, la mobilité et la flexibilité croissantes des parcours professionnels, ainsi que les exigences nouvelles des investissements liées au développement durable et aux impacts sociaux. Comment la prévoyance doit-elle s'adapter aux changements et, même, les anticiper dans une période troublée?

Pour sa première édition, le Forum Prévoyance, organisé par Groupe Mutuel Prévoyance (GMP), en partenariat avec le quotidien *Le Temps* et le magazine *PME*, réunit les meilleurs spécialistes du domaine pour exposer et débattre de ces enjeux, avec des conférences et des témoignages de chefs d'entreprises ainsi que des tables rondes. Nous pourrions notamment compter sur la présence de Stéphane Rossini, Directeur de l'Office fédéral des assurances sociales.

Si le système suisse de prévoyance passe pour l'un des meilleurs au monde, son équilibre est à surveiller, cela alors même que la crise découlant de la Covid-19 incite à anticiper avec d'autant plus de détermination les changements à venir dans la manière d'aborder les investissements et la durabilité du système.

Un rendez-vous à ne pas manquer, qui a lieu le jeudi 3 septembre 2020, de 09h à 13h, au Théâtre de l'Octogone de Pully (VD).

Pour clôturer cette matinée, un cocktail dînatoire vous offrira la possibilité de réseauter avec les autres participants.

Programme et inscription: [www.letemps.ch/evenements/forum-prevoyance-2020](http://www.letemps.ch/evenements/forum-prevoyance-2020)

## Inscription obligatoire, événement gratuit



LE TEMPS





**1<sup>er</sup> prix:**

1 vélo de bureau (valeur: Fr. 1090.–)



**2<sup>e</sup> prix:**

1 siège assis-debout (valeur: Fr. 480.–)



**3<sup>e</sup> prix:**

1 bon sur FitOffice.ch (valeur: Fr. 200.–)

**Question 1:** Comment s'appelle la plateforme créée par QoQa et soutenue par le Groupe Mutuel et la Vaudoise Assurances pour venir en aide aux petits commerçants et producteurs suisses pendant la crise sanitaire du coronavirus? \_\_\_\_\_

**Question 2:** A quelle date aura lieu le 1<sup>er</sup> Forum Prévoyance organisé par le Groupe Mutuel? \_\_\_\_\_

Raison sociale: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

Nom et prénom: \_\_\_\_\_

NPA/Localité: \_\_\_\_\_

Fonction: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

### Conditions de participation

Jusqu'au 31 octobre 2020 sur [www.groupemutuel.ch/entreprises](http://www.groupemutuel.ch/entreprises) sous la rubrique «service clientèle» ou par courrier au moyen de ce bulletin à envoyer dans une enveloppe affranchie à l'adresse suivante:  
Groupe Mutuel - Communication d'entreprise - Rue des Cèdres 5 - Case postale - CH-1919 Martigny.

Les réponses se trouvent dans le journal GMPro. Aucune obligation d'achat. Aucune correspondance ne sera échangée au sujet du concours. Les gagnants seront avisés par écrit. Tout recours juridique est exclu. Pas de paiement en espèces ni de transfert de prix. Les gagnants acceptent que le nom de leur entreprise soit publié. Les collaborateurs du Groupe Mutuel et de FitOffice ne sont pas autorisés à participer.

P.P.  
CH-1920 Martigny  
LA POSTE



## Le Groupe Mutuel lance la campagne «GM Move Challenge»

pour promouvoir le mouvement sur le lieu de travail. Intéressé?  
Contactez-nous à l'adresse: [corporategroupemutuel.ch](mailto:corporategroupemutuel.ch)

### Gagnants du concours de la dernière édition

**1<sup>er</sup> prix:** 30 coussins ergonomiques, 30 balles antistress, 30 gourdes. **ARCHOBAU AG, Coire (GR)**

**2<sup>e</sup> prix:** 20 coussins ergonomiques, 20 balles antistress, 20 gourdes. **Latitude Durable Sàrl, Genève (GE)**

**3<sup>e</sup> prix:** 10 coussins ergonomiques, 10 balles antistress, 10 gourdes. **Kieswerk Petinesca AG, Studen (BE)**



imprimé en  
suisse

**Éditeur**  
**Rédaction**  
**Conception et création**  
**Parution**  
**Internet**  
**E-mail**  
**Photos**  
**Impression**

Groupe Mutuel, rue des Cèdres 5, case postale, CH-1919 Martigny  
Jean-Christophe Aeschlimann, Pascal Vuistiner, Serkan Isik  
Jean Philippe Chevassu  
Semestrielle en français et en allemand  
[www.groupemutuel.ch/gmpro](http://www.groupemutuel.ch/gmpro)  
[gmpro@groupemutuel.ch](mailto:gmpro@groupemutuel.ch)  
Thomas Masotti (pages: 1, 2), Getty Images (pages: 5, 6, 7).  
Imprimerie Ronquoz Graphix – Tirage total: 20 000 exemplaires

Groupe Mutuel Pro est une publication adressée aux entreprises assurées du Groupe Mutuel.