

Journal de Claire

Notre
nouvelle
identité



AU CŒUR DU SUJET

**Une identité
qui nous ressemble**

COUP D'ŒIL

**Regards croisés :
du logo au digital**

TÊTE-À-TÊTE

**Mariette Pernet,
résidente à Vevey**

MERCI À VOUS



sadies

informatique

**Système global
d'information
pour EMS**

Leader en Suisse romande
pour les logiciels de soins
et de gestion des EMS

sadies.ch
+41 21 631 15 90

**UNE FORMATION D'AVENIR
DANS NOS METIERS**



ON RECRUTE DES APPRENTIS/ES

▶ CHARPENTIER/ÈRE ▶ COUVREUR/EUSE
▶ FERBLANTIER/ÈRE ▶ MENUISIER/ÈRE



GROUPE VOLET
CHARPENTIER/BATISSEUR



www.groupe-volet.ch - T. 021 926 85 85

St-Légier Mts-Pully Orbe Rolle Maracon Aigle Siviriez



Bonjour!

- 3 **Quoi de neuf?**
- 5 **Au cœur du sujet**
- 8 **Zoom métier**
- 10 **Les potins**
- 12 **Coup d'œil**
- 14 **Tête-à-tête**
- 20 **L'album de Claire**
- 24 **Gymnastique**

Faire vivre notre héritage!

La nouvelle identité visuelle de la Fondation est née d'une envie: rendre hommage à notre fondatrice en alignant notre image aux valeurs et à la vision qu'elle nous a léguées.

Claire Magnin était une entrepreneuse audacieuse, profondément humaine, animée par un esprit de famille et une approche engagée de l'accompagnement. À une époque où il s'agissait avant tout de maisons d'accueil, elle a su regarder plus loin et oser! Visionnaire, elle a cherché à comprendre les besoins réels des personnes âgées pour leur apporter des solutions adaptées.

Cette vision n'a pas pris une ride depuis 1963. Elle s'est adaptée, enrichie, renforcée, sans jamais oublier ses fondements. Le respect, pour celles et ceux que nous accompagnons, comme pour celles et ceux qui travaillent à leurs côtés. La confiance, construite avec les familles et les proches. Le professionnalisme et l'interdisciplinarité, car chaque métier a son rôle à jouer. Ces valeurs, posées par Claire Magnin et consolidées par Armand Rod et Roger Hartmann, ne sont pas juste des mots. Elles sont notre socle et se vivent chaque jour, dans nos couloirs, dans notre accompagnement, dans nos regards tournés vers l'avenir.

Face aux enjeux sociétaux, au vieillissement de la population et à l'évolution des métiers du médico-social, nous explorons, renforçons, innovons, sans jamais perdre notre essence.

Cette nouvelle identité visuelle n'est pas un simple changement graphique. C'est une manière de raconter autrement notre histoire, de la rendre visible, de lui donner des couleurs et une énergie contemporaine. Parce que notre héritage est résolument vivant, c'est à nous d'en prendre soin, de le porter et de le transmettre. Moderniser, ce n'est pas rompre avec le passé, c'est se renouveler pour insuffler l'élan de demain.

Anne Parelle Directrice Générale

Impressum N°1 – 2026

Responsables de la publication:

Julia Ianchello, Olivier Perrochet

Rédaction: Laure Monte

Graphisme: Plates-Bandes communication

Impression: CopyPress Sàrl, Puidoux

Tiré à 900 exemplaires

© 2026 Fondation Claire Magnin,
tous droits réservés.

MERCI À VOUS



cauderay
ÉLECTRICITÉ & INTÉGRATION DE SYSTÈMES

Concordance
RESTAURATION COLLECTIVE

LA BONNE GESTION DE VOS REPAS



Des produits frais et de proximité
cuisinés dans les règles de l'art
pour une alimentation saine
et équilibrée.

**Un plan pour l'avenir –
avec le programme TENA Protects**

Depuis 2008, nous prenons des mesures pour rendre chaque produit TENA plus durable. Par exemple, en réduisant de 50% notre empreinte carbone d'ici à 2030, ou en développant des produits et services pour une société dans laquelle on élimine moins et on recycle davantage.

Plus d'informations sur
www.tena.ch/nachhaltigkeit

Nos objectifs d'ici à 2030 :

- Réduire de moitié l'empreinte carbone de nos produits
- Réduire de 18% les émissions de carbone provenant de nos matières premières, de nos transports et de nos déchets
- 100% des installations de fabrication d'Essity transformeront les déchets générés en matériaux utiles ou en énergie

TENA, une marque d'Essity www.tena.ch

Menuiserie
en tout genres
Agencement
de cuisine
Fenêtre - porte

Jossevel & Fils

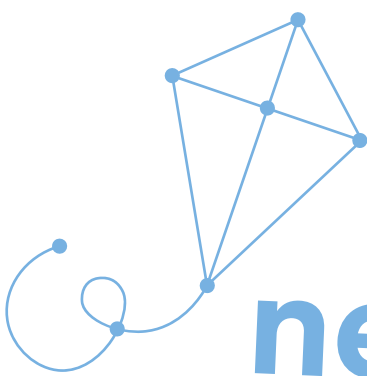
Entreprise de menuiserie - M + F
1070 Puidoux - Tél. 021/946 18 37 - Fax 021/946 31 40

AZOPPI
Sàrl

CHEXBRES
www.zoppi-peinture.ch
T +41(0)21 946 11 40
M+F

PLÂTRERIE - PEINTURE - ISOLATION

Quoi de neuf?



Pour le plaisir des yeux... et plus encore!

Au 3^e étage de notre établissement Les Hirondelles, à Clarens, les murs ont pris vie sous les pinceaux et la sensibilité de trois artistes de la Fondation Anouk. Inspirées des paysages de notre région, entre campagne, lac et montagne, des fresques colorées embellissent désormais les couloirs de la résidence. Plus qu'un décor, elles favorisent le bien-être et la sérénité, facilitent l'orientation et créent un cadre de vie humain, doux et familial. Un article complet leur sera consacré dans un prochain numéro. En attendant, elles sont à découvrir sur nos réseaux sociaux!

Ça va, c'est de l'humour, détends-toi!

Le bien-être au travail est au cœur de nos priorités. Pour garantir à chaque collaboratrice et collaborateur un environnement professionnel respectueux et sécurisant, nous avons déployé une campagne de sensibilisation contre le harcèlement. Qu'il soit verbal, comportemental, discriminatoire ou sexuel, le reconnaître, c'est déjà agir. Affiches, flyers et messages internes invitent à poser ses limites, mais surtout à ne pas rester seul. Les ressources humaines, les responsables hiérarchiques, le chargé de sécurité, ainsi qu'une ligne téléphonique externe, sont là pour écouter, accompagner et intervenir. Ensemble, cultivons la bienveillance, le respect et la responsabilité partagée!

L'innovation au service de la Fondation

Durant cinq mois, nous avons accueilli un étudiant en Innovation de l'Université de Neuchâtel, pour explorer les possibilités d'intégrer l'intelligence artificielle au service de la Fondation. Deux pistes ont été privilégiées dans le cadre de ce projet pilote: un outil facilitant la rédaction des procédures au sein du département des Finances et un assistant RH capable de répondre aux questions récurrentes des collaboratrices et collaborateurs. Une approche innovante, pensée comme un point de départ vers de nouveaux usages, dont le but sera, à terme, de libérer du temps là où il compte le plus: auprès des équipes soignantes.

Esprit d'équipe

Revenir sur l'année écoulée et fixer le cap pour les mois à venir, tels étaient les objectifs de la Revue de Direction, qui s'est tenue le 18 février aux Hirondelles. Réunissant les pilotes et co-pilotes de processus, elle a été co-animée par Anne Parelle, Directrice Générale, et Audrey Wiaux, Coordinatrice Qualité. Après l'effort, le réconfort! Direction l'Alimentarium à Vevey pour une visite du musée et un escape game. La thématique de la journée a tourné autour du développement durable, axe amené à évoluer dans le temps et dont les impacts sont non négligeables sur nos activités. De quoi renforcer la cohésion, tout en s'amusant!

MERCI À VOUS

CopyPress Sàrl

Impression offset & numérique
Réalisation publicitaire



Conseil,
mise en page



Offset
et numérique



Journaux, brochures,
dépliants



Grands formats,
décorations, stands



Signalétique,
panneaux



Marquage vitrines
et véhicules

CopyPress Sàrl | Route du Verney 12, 1070 Puidoux | www.copypress.ch

VÉLO ÉLECTRIQUE EASY RIDER 2

25 KM/H | FREINS À DISQUES
AUTONOMIE JUSQU'À 40 KM



HOMECARE T +41 21 887 02 10
info@meditec.ch · www.meditec.ch

Automatisez la gestion de
vos documents pour
assurer le développement
futur de votre entreprise

faigle



CAVE DES ROIS
GRANDS VINS SUISSES

Grognuz Frères & Fils
www.cavedesrois.ch



AS Ascenseurs

*simplement
plus proche*

AS Ascenseurs SA
En Budron A9
1052 Mont-sur-Lausanne

Téléphone 021 654 76 76
Téléfax 021 654 76 90
email as-lau@lift.ch

Une identité qui nous ressemble

Une constellation, des couleurs, des visages... de la vie! Notre Fondation se réinvente pour mieux refléter l'énergie, l'enthousiasme et l'engagement qui nous animent au quotidien.



Incarner notre passion

« Dans nos établissements, il y a de la chaleur, des rires, de l'énergie, des équipes passionnées, des résidentes et résidents pleins de vie... » s'exclame Julia Ianchello, responsable de la communication. Pourtant, à son arrivée il y a trois ans, elle ne retrouve pas cette dynamique: « J'ai très vite été frappée par le décalage entre l'image que nous renvoyions et la réalité que je découvrais sur le terrain. » Germe alors rapidement l'envie d'amorcer un changement. « La refonte de notre identité, c'est bien plus qu'un logo: c'est une manière de raconter une histoire qui nous

ressemble », s'enthousiasme-t-elle. Et pour cause! Presque vingt ans après sa création, il était temps de quitter le velours rouge chaud du canapé de grand-maman, pour entrer dans une nouvelle ère.

« J'ai accroché mon chariot à une étoile »

Tout en légèreté, le nouveau logo rend hommage à cette phrase chère à notre fondatrice, Claire Magnin. Sept points reliés entre eux, en clin d'œil à la constellation de la Grande Ourse et à son « grand chariot », se fondent avec les « i » de la Fondation.

Symbole de la richesse de nos missions, de la diversité des talents et de la force des collaborations guidées par une vision commune, il rappelle l'importance de garder le cap, ensemble, quelles que soient les directions empruntées.

Pour accompagner ce logo volontairement épuré, les couleurs deviennent un langage à part entière, au service d'une identité fluide et vivante. Inspirées des paysages qui entourent nos résidences, elles évoquent un environnement naturel, lumineux et familier : bleus du Léman, verts des forêts, parcs et vignobles, jaune et orange des paysages baignés de soleil, et une touche de rose pour le peps !

Et parce que les équipes, les résidentes et les résidents sont profondément attachés à leur lieu de vie, nous avons souhaité valoriser chaque établissement en lui attribuant une déclinaison du logo qui lui est propre. Une manière d'affirmer sa singularité, tout en l'inscrivant dans la grande famille Claire Magnin.

L'humain avant tout

Notre objectif : faire évoluer notre image, à l'instar de celles et ceux qui la font vivre. « Depuis sa création, la Fondation Claire Magnin a toujours eu à cœur de prendre soin de ses résidentes et résidents, ainsi que de son personnel avec une approche bienveillante et innovante, explique Julia Ianchello. Notre communication reflète cet engagement prévenant, tout en insufflant une dose d'énergie. Car vieillir, c'est aussi vivre et il nous importe de le faire savoir ! »

Au-delà du logo, c'est l'ensemble de nos outils de communication qui ont été repensés : site internet, magazine, réseaux sociaux, supports papier, signalétique... rien n'a été laissé au hasard. Couleurs pétillantes, typographie arrondie, photographies qui racontent les lieux, les rencontres et les liens, chaque détail incarne l'énergie qui anime nos établissements. Une parole sincère et accessible, fidèle à la réalité du terrain et en cohérence avec les valeurs de respect et de confiance, pour que chaque message rende visibles notre mission et la richesse des relations humaines qui s'y tissent.

Derrière l'image, la stratégie

L'évolution de notre identité reflète notre culture d'entreprise et s'inscrit pleinement dans nos axes stratégiques : renforcer notre place au sein du réseau socio-sanitaire et fidéliser notre personnel. Et Julia d'insister : « Moderniser notre image, c'est mieux communiquer notre mission et nos valeurs, tout en valorisant les femmes et les hommes qui font vivre la Fondation et qui sont au cœur de cette transformation : célébrer leur engagement et leur passion. » Cette nouvelle identité affirme notre positionnement à travers une image forte, cohérente et mémorable. Elle soutient les actions RH, institutionnelles et sociales, facilite la communication, et nourrit les liens avec les familles et les partenaires. Plus qu'un nouveau logo, c'est une nouvelle manière de nous raconter, plus proche, plus enjouée, que nous sommes fiers de vous dévoiler aujourd'hui.



1500

Photos réalisées pour illustrer nos supports

2 ans

De l'idée à la concrétisation de notre nouvelle identité



AU CŒUR DU SUJET

7

Ateliers de co-construction
avec les équipes

2008

Année de création
de notre précédente
identité



« Moderniser notre image,
c'est mieux communiquer notre
mission et nos valeurs, tout
en valorisant les femmes
et les hommes qui font vivre
la Fondation. »

Julia Ianchello,
Responsable communication



Vidéo de présentation
de notre nouvelle identité !

Une identité plus vraie, plus forte, plus incarnée

Attirer, fidéliser, valoriser : trois mots d'ordre qui ont guidé le changement d'identité de la Fondation. Florence Dupertuis, Directrice des Ressources Humaines, revient sur les enjeux derrière le projet.

Aligner notre image à la réalité

L'habit ne fait pas le moine... et pourtant ! À la Fondation, nous avons fait le pari qu'une identité visuelle pouvait avoir un réel impact. « On ne voulait pas seulement changer de logo, confie Florence Dupertuis, mais aussi la posture et le regard que le public et nos équipes portent sur nous. » Plus qu'une transformation, cette refonte, c'était aligner notre image à la réalité du terrain.

Dans un secteur médico-social souvent confronté à la critique, nous avons souhaité faire évoluer les perceptions. Car si, pour une collaboratrice ou un collaborateur, il est essentiel de pouvoir s'identifier à son employeur, c'est encore plus vrai pour les futurs talents. Nous avons donc repensé nos outils de communication, en particulier notre site internet, comme une véritable vitrine de nos forces : engagement et dynamisme des équipes, richesse des métiers, possibilités

d'évolution. Avec cette volonté de mettre en avant des parcours inspirants. « Quand nous célébrons, chaque année, des jubilaires de 20, 30 ou même 40 ans d'ancienneté, cela dit quelque chose : ici, on s'engage... et on reste pour les valeurs et la force du collectif. »

Valoriser le professionnalisme

Les défis sont doubles : recruter et fidéliser. Pour y répondre, la Fondation mise sur la reconnaissance de ses équipes professionnelles, de leurs compétences, de leurs parcours et de leur investissement. L'objectif : rendre nos métiers plus visibles et plus attractifs, tout en offrant un cadre de travail soutenant, dans lequel chacune et chacun peut se projeter durablement. Comme le rappelle la DRH : « Peu importe sa fonction et son rang hiérarchique, chacune et chacun a un impact direct sur la qualité de vie de nos résidentes et résidents. Chaque geste compte. »

Le digital comme levier de recrutement

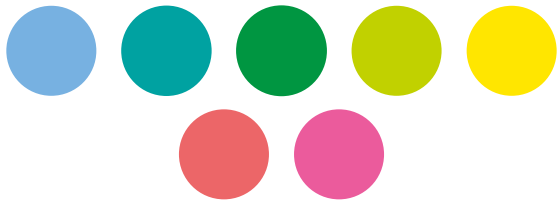
Pour raconter notre quotidien, montrer les visages, mettre en avant les opportunités d'évolution, ainsi que les nombreuses possibilités offertes par la Fondation (stages, service civil, bénévolat), les idées ne manquent pas ! Portraits, interviews et témoignages feront vivre cette nouvelle identité à travers des contenus plus authentiques et plus modernes. « Nous sommes heureuses et heureux de pouvoir faire rayonner, sur l'ensemble de nos supports, ce qui fait notre force : des équipes engagées, une mission porteuse de sens et un cadre de travail où l'humain est véritablement au centre. », se réjouit Florence Dupertuis.

« Ici, on s'engage...
et on reste pour les
valeurs et la force
du collectif. »

Florence Dupertuis,
Directrice des Ressources Humaines



Le saviez-vous ?



Des couleurs qui ont du peps !

Les couleurs font partie intégrante de notre nouvelle identité, mais saviez-vous qu'elles sont directement inspirées des paysages qui entourent nos résidences ? Les bleus changeants des eaux du Léman, le vert profond des forêts et celui plus tendre des parcs et jardins, le jaune et l'orange pour nos vignobles baignés de soleil... Et le rose, direz-vous ? Outre la fleur qui embaume nos espaces, il symbolise la douceur et la bienveillance de nos échanges.

Dans la nouvelle identité, ce que je préfère c'est...



«... ce logo explosif vers l'univers, vers l'extérieur, tout en restant unis ! Ce sont aussi les couleurs vives qui reflètent le peps de l'ODMER ! »

Virginie Jufer,
résidente à l'ODMER
depuis 6 ans



«... les photos qui mettent les résidentes et résidents en valeur et qui reflètent leur bonheur, que je ressens quand je viens ici. »

Sandrine Alberganti,
bénévole pour les
ateliers couture



«... cette remise en question que vous avez faite au vu de l'évolution du secteur ! »

Alain Zürcher,
fils d'une résidente
des Hirondelles



«... la valorisation du vivre ensemble et cette volonté de proposer un cadre de vie agréable pour toutes et tous, tant pour les personnes résidentes que pour le personnel. »

Laetitia Gessler,
photographe ayant
réalisé les séances photos
des établissements

Et si on remontait le temps ?

Petite histoire de nos anciens logos



Avant d'avoir une identité graphique à part entière, la Fondation portait simplement le nom de son premier établissement : Les Pergolas. À la naissance de la « Fondation Les Pergolas », un premier logo apparaît. Une étoile, déjà. Pas par hasard. Claire Magnin, qui vivait alors à l'Étoile du Matin, était déjà très attachée à la citation : « J'ai accroché un chariot à mon étoile ». Un symbole fort, encore aujourd'hui.

Ses trois branches racontaient l'institution d'alors : Les Pergolas (maison mère), l'Étoile du Matin et Mon Désir. Une constellation naissante, déjà guidée par une vision humaine et engagée.

À la suite du décès de Claire Magnin, son fils Roger Hartmann reprend la Direction. Un tournant s'opère. Pour honorer sa mémoire, la Fondation change de nom et devient la Fondation Claire Magnin. Cette nouvelle étape s'accompagne d'une volonté : moderniser l'image de l'institution, sans en perdre l'âme.



Un nouveau logo apparaît. Les couleurs parlent, elles aussi : un bleu profond, inspiré du ciel nocturne et un rouge velours, clin d'œil au canapé de la grand-maman de Roger Hartmann. Quant à l'étoile filante, elle reste. Fidèle. Présente. Elle trace une trajectoire tournée vers l'avenir. La volonté : mettre en lumière l'attention portée aux résidentes et résidents et prioriser leur bien-être, tout en affirmant la force et la stabilité de la Fondation.

Les logos changent, l'étoile reste : celle qui guide, rassemble et continue de montrer le chemin, fidèle aux valeurs chères à Claire Magnin.

Regards croisés : du logo au digital

Une identité vue par deux métiers

Pour accompagner son changement d'identité, la Fondation Claire Magnin s'est entourée de partenaires aux expertises complémentaires. Stéphanie Apothéloz de l'agence de communication Plates-Bandes et Laure Jolidon de l'agence digitale Jolimind, reviennent sur les coulisses d'un projet d'envergure.

Quelles sont les étapes clés d'une refonte d'identité et de site internet ?

Stéphanie A. : Nous avons commencé par définir les objectifs à atteindre avant d'entamer tout le travail de recherche et de création des bases visuelles, rédactionnelles et de la tonalité recherchée. Nous avons testé nos idées et approfondi celles qui nous semblaient pertinentes. Nous avons ensuite déployé ces différents éléments sur l'ensemble des supports de communication. Il y a un petit côté magique derrière ce processus : tout à coup, quelque chose apparaît sous le stylo et prend vie. Derrière un logo et un choix de couleurs, ce sont des mois et des mois de travail !

Laure J. : Nous avons d'abord rencontré les équipes sur leur lieu de travail, pour comprendre la réalité du terrain. Un atelier a ensuite permis de préciser leurs valeurs, leur vision et leur fonctionnement, mais aussi d'identifier ce qui les inspire et ce qui devait

impérativement transparaître sur le site. Puis il y a eu un travail sur la mise en valeur des textes et, en parallèle, un shooting photo réalisé par une photographe. Une fois qu'on a eu les textes et les images, on a créé le squelette. L'objectif était que tout soit cohérent, que le site ne soit pas un support à part, mais qu'il s'intègre au reste.

Comment avez-vous appréhendé l'ADN de la Fondation ?

Stéphanie A. : On a fait un sondage auprès des équipes. Cela nous a permis de comprendre comment les collaboratrices et les collaborateurs perçoivent la Fondation. Toutes et tous en ont une image très positive. Un souhait généralisé est rapidement ressorti : moderniser et dynamiser l'image de la Fondation pour qu'elle ressemble à leur réalité. Il ne s'agissait pas d'un simple « emballage », mais d'une véritable posture. Cette approche nous a ouvert le champ des possibles et nous a confortés dans l'idée de proposer des pistes affirmées et innovantes.

Laure J. : Il y avait un véritable décalage entre le ressenti des personnes à l'interne et l'image renvoyée à l'extérieur. Souvent, on a une belle vitrine qui ne reflète pas la réalité. Ici, c'était le contraire : il fallait rendre visible la dynamique humaine et moderne qui habite les lieux.



Bio express

Au sein de l'agence Plates-Bandes, les talents se croisent et se complètent !

Pour la refonte de l'identité de la Fondation Claire Magnin, les idées ont circulé entre écriture affûtée, graphisme sensible et pilotage stratégique.

À la plume, Belen Sampayo ;
à l'univers visuel, Charlotte Correia ;
le tout orchestré par Stéphanie Apothéloz, directrice associée de l'agence (de gauche à droite sur la photo).



Bio express

Laure Jolidon est fondatrice de l'agence Jolimind. Spécialiste en communication et marketing digital depuis 2012, elle accompagne entreprises et organisations dans la mise en valeur de leur identité en ligne.

Son approche repose sur l'écoute, le lien et la compréhension de l'humain derrière chaque projet.

« Tout à coup quelque chose apparaîtrait sous le stylo et prend vie. »

Stéphanie Apothéloz

Quels ont été les défis à relever ?

Stéphanie A. : Notre objectif, c'était de casser cette image préconçue que les gens ont des EMS : des lieux vieillots, où il ne se passe pas grand-chose. Il y avait aussi cette forte envie d'aller à contre-courant de ce qui se fait habituellement. Et puis, même si les résidentes, les résidents et leurs familles sont au cœur du propos, il fallait garder à l'esprit que le véritable enjeu promotionnel, c'était le recrutement.

Laure J. : Le site devait s'adresser à deux publics très différents : les pensionnaires et leurs familles, ainsi que le personnel que la Fondation souhaite attirer ou fidéliser. Ce ne sont pas les mêmes codes quand on s'adresse à des infirmières et infirmiers de 25 ans en recherche d'emploi ou à des personnes de 65 ans qui doivent placer un proche. Nous nous sommes également retrouvés avec beaucoup de contenus. Il a donc fallu faire des choix, aller à l'essentiel, trouver les mots justes pour exprimer les valeurs de la Fondation tout en répondant aux recherches des internautes. C'est tout un travail d'enquête et de mise en valeur.

Comment les valeurs de la Fondation ont-elles pris forme, du logo au site internet ?

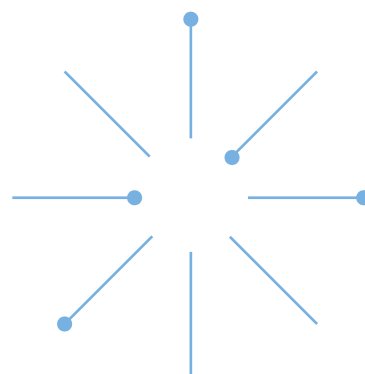
Stéphanie A. : Nous voulions un logo qui se laisse un peu oublier, puisqu'il y a de la couleur et des photos partout ailleurs. Nous sommes donc partis sur une typographie facile à lire, qui a du caractère tout en restant douce. Nous avons conservé le clin d'œil à l'étoile, qui est aussi une constellation, et offre de nombreuses possibilités de déclinaisons. Il fallait également intégrer le nom des résidences dans le logo, pour souligner leur identité propre, tout en affirmant leur appartenance à la Fondation.

Laure J. : Nous tenions absolument à utiliser de vraies images. Plusieurs séances photos ont donc été réalisées afin de refléter la réalité du terrain. Le résultat est génial ! Il apporte une dimension humaine, de la proximité. Visuellement, il y a un énorme changement, un véritable sentiment de modernité s'en dégage.

Qu'est-ce qui vous a marqué dans cette collaboration ?

Stéphanie A. : On a souvent une vision très poussiéreuse des EMS, alors qu'en réalité il y a des rires, de la vie, des projets. Beaucoup d'institutions parlent d'humain, de valeurs, mais ici, c'est le personnel qui en fait le plaidoyer. Je n'ai jamais vu ça ! Les gens adorent travailler à la Fondation ! Il n'y a pas besoin de forcer le trait. Le changement d'identité peut sembler radical, mais nous avons simplement aligné l'outil à une réalité déjà existante.

Laure J. : Ce qui m'a marquée et que je retrouve dans la nouvelle identité, c'est ce côté très humain, avec de vraies personnes mises en avant. On reconnaît les établissements, les paysages, le lac au loin. C'est très local. On est à mille lieues des contenus générés par l'intelligence artificielle.



« C'est tout un travail d'enquête et de mise en valeur. »

Laure Jolidon



Ganty sa

sanitaire
chauffage
ferblanterie
couverture

1071 Chexbres
Grand-Rue 9
tél. 021 946 14 25
fax 021 946 31 85
portable 079 446 03 33

A-reha sa
confort - mobilité - autonomie

Votre partenaire en logistique:
moyens de réhabilitation
équipement médical
aide à domicile

Echallens
021 881 13 13
www.a-reha.ch

les
blanchisseries
générales **lbg**

Votre linge, notre challenge au quotidien !

Les Blanchisseries Générales LBG SA
Yverdon-les-Bains, Montreux & Marsens

Tél. 024 424 20 61 info@lbgsa.ch
www.lbgsa.ch



Mariette Pernet

Les changements, Madame Mariette Pernet n'aime pas trop ça. Mais attention, ça ne veut pas dire qu'elle n'est pas ouverte à la nouveauté, bien au contraire!



En ce vendredi ensoleillé, Madame Pernet nous reçoit dans sa chambre aux Berges du Léman à Vevey. Pour l'occasion, elle porte un coquet chandail rose pâle, au col ajouré de petites perles, cadeau d'une de ses nièces. Si elle-même n'a pas eu d'enfant, elle est depuis toujours proche de ses deux frères et de leur famille, comme en témoignent les nombreuses photos qui défilent sur son cadre numérique et qu'elle nous décrit avec enthousiasme. Ici c'est le petit dernier, et son chien malheureusement parti. Là, on la voit avec ses deux frères, dont l'aîné a nonante ans, nous dit-elle avec admiration. Ailleurs, il y a ses nièces et

leurs enfants. Ici et là, une sortie en famille au bord du lac ou des moments partagés avec « ses camarades ». Un peu plus loin, des photos en noir et blanc lui rappellent son enfance dans la grande ferme familiale. « Je suis fille de fermiers, nous explique-t-elle. On avait des betteraves sucrières et de nombreux animaux. Mes préférés étaient les chevaux. » Et d'ajouter, non sans fierté: « C'est moi qui les montais au champ et les dirigeais, pendant que mon père maniait la machine à l'arrière. »

Plus tard, elle déménagera à La Tour-de-Peilz. Durant trente-cinq ans, elle travaillera au siège social de Nestlé: « Depuis chez moi,

je n'avais qu'à traverser la route, c'était pratique.» Trente-cinq années durant lesquelles, deux fois par jour, elle fera le tour des bureaux derrière son chariot: «Je m'occupais de servir le thé et le café aux employés, le matin et l'après-midi. Je connaissais les habitudes de chacun, ils n'avaient rien besoin de me demander!» De ces années, elle en garde un souvenir heureux, immortalisé par ce cliché qui trône fièrement sur sa petite bibliothèque. Et puis, surtout, il y a ce médaillon, avec l'emblématique oiseau et son nid, offert par l'entreprise, qu'elle arbore avec reconnaissance autour du cou.

C'est dire que le changement, Madame Pernet, elle n'aime pas trop ça. Ou plus exactement, elle n'en a pas eu besoin pour alimenter sa vie. Quand il a été temps, deux ans plus tôt, de quitter son appartement pour un établissement médico-social, elle l'a pris avec philosophie. «On a visité plusieurs lieux. Mais quand je suis arrivée aux Berges du Léman, j'ai vu mon immeuble depuis l'extérieur. J'ai su que c'était ici que je voulais vivre désormais!» Depuis, ses journées s'organisent autour des repas partagés, principalement avec trois camarades, dont deux qu'elle connaissait d'avant et qu'elle a retrouvés ici. Mais ce qu'elle aime par-dessus tout, ce sont les activités proposées. Pleine de curiosité, elle les attend avec impatience et n'en manque pas une, ou presque, puisque ce sont celles qui se font en groupe qu'elle apprécie le plus. Gym douce, chant, atelier de pâtisserie, ou encore activités créatrices rythment son quotidien. La veille, elle a peint un masque pour les décorations de Carnaval. Comme toutes les fêtes organisées par la Fondation, ces moments occupent une place particulière dans son cœur. Plus encore quand sa famille peut se joindre aux festivités!

La vie de Mariette Pernet ne s'est pas écrite à coups de grands bouleversements. Les changements se sont glissés sur son chemin à pas feutrés, déposant au fil du temps de nouvelles rencontres, des liens à tisser, des activités à explorer. En somme, toute une constellation de petits bonheurs qui viennent illuminer ses journées.

Dans la confiance



À l'occasion du changement d'identité de la Fondation, nous avons présenté en exclusivité les nouveautés à Madame Pernet. Elle nous partage son ressenti.

Qu'est-ce que vous pensez du nouveau logo ?

C'est une étoile, j'aime bien. Je crois que c'est en lien avec la fondatrice. Il y en avait déjà une sur l'ancien logo. Mais ici, c'est plus une constellation à ce qu'on m'a dit. Ah oui, celle de la Grande Ourse et son chariot. Un peu comme le mien!

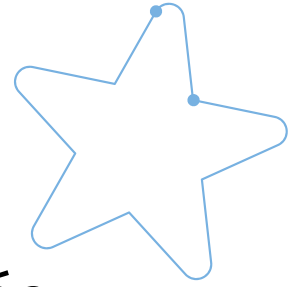
Et les couleurs ? Que vous évoquent-elles ?

Je ne sais pas. Mais j'aime bien les couleurs. Je fais des mandalas parfois et j'ai aussi fait de la peinture sur bois avec une amie autrefois. Elle faisait les fleurs et moi le cadre, avec un cure-dent! C'était très précis.

Pour vous, que représente la Fondation en trois mots ?

La joie, les activités et le vivre ensemble!

Soirée chic & choc



Pour notre traditionnelle soirée du personnel, nous avons investi le mythique NED Music Club de Montreux. Nos équipes ont joué le jeu des costumes décalés et se sont déhanchées sur la piste de danse jusqu'au bout de la nuit (ou presque)!



L'ALBUM DE CLAIRE



Magie de Noël

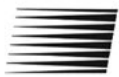
En décembre, nos résidences ont vibré au rythme des fêtes : décorations, musique, repas festifs et moments de partage étaient au rendez-vous. Un immense merci à nos équipes, dont l'engagement a permis d'allumer des étoiles dans le cœur de nos résidentes et résidents et de leurs proches.



L'ALBUM DE CLAIRE



MERCI À VOUS



**STÉPHANE
PIGUET**
CHAUFFAGE-SANITAIRE
Depuis 1996

*Votre confort,
notre priorité!*



**Chantier ODMER à Leysin
Chaufferie**



**Service dépannage
24 h/ 24**

Chauffage • Sanitaire
Leysin • 024.494.35.55
Les Ormonts • 024.492.16.12
info@stephane-piguet.ch
www.stephane-piguet.ch



Elco AEROTOP SX

**Pompe à chaleur air-eau
Puissance de 7 kW à 20 kW**



fidinter

Rue des Fontenailles 16 - Case Postale - 1001 Lausanne
Tel. 021/614 61 61 – Fax 021/614 61 60
www.fidinter.ch

*Révision, Comptabilité, Conseil d'entreprise et fiscal, Mandats fiduciaires
Lausanne, Zoug, Zurich*

CHAMBRE  **FIDUCIAIRE**

- FIDUCIAIRE | SUISSE -



Ganty sa

sanitaire
chauffage
ferblanterie
couverture

1071 Chexbres
Grand-Rue 9
tél. 021 946 14 25
fax 021 946 31 85
portable 079 446 03 33

Passage de relai

Il est des trajectoires qui marquent durablement une institution. Celle de Roger Hartmann en fait incontestablement partie.



À la fin de l'année 2025, la Fondation a vu s'ouvrir un nouveau chapitre avec son départ. Fils de Claire Magnin et figure emblématique de la Fondation, Roger Hartmann aura consacré de nombreuses années à faire vivre et évoluer l'institution. En tournant cette page, il laisse bien plus qu'un bilan : une empreinte, une vision, une dynamique.

Tour à tour Directeur général jusqu'en 2022, puis Président du Conseil de Fondation, il a su incarner un équilibre entre fidélité aux valeurs fondatrices et capacité à repenser nos activités. Sous son impulsion, l'héritage familial a été préservé, enrichi et inscrit dans une vision tournée vers l'avenir.

À présent, l'histoire se poursuit. Jean-Marc Udriot, membre du Conseil de Fondation, reprend la présidence avec la volonté de poursuivre le travail engagé et de porter les ambitions de l'institution. Il est épaulé par Pierre Volet, nommé Vice-Président, dont l'expérience et l'implication constituent des atouts précieux pour accompagner les projets à venir.

Dans un contexte en constante évolution, la Fondation aborde ainsi une nouvelle étape de son développement. Forte de son histoire, de ses valeurs et des femmes et des hommes qui la font vivre, elle poursuit son chemin, entre transmission, continuité et renouveau.

Mots cachés

L	E	P	X	J	T	X	L	L	G	D	R	A	D
E	P	L	S	E	O	C	A	O	S	Q	A	X	A
C	H	A	Y	U	R	U	T	I	P	H	N	I	N
T	O	G	U	X	F	I	S	S	O	N	D	G	S
U	T	E	V	X	C	S	S	I	X	P	O	B	E
R	O	W	M	K	R	I	O	R	P	E	N	Q	T
E	G	T	X	R	B	N	U	Y	S	I	N	T	W
S	R	C	N	V	L	E	Z	V	N	N	É	R	M
F	A	N	S	E	O	D	Y	I	P	T	E	C	U
I	P	F	A	G	G	Y	O	C	T	U	A	U	S
L	H	O	X	T	O	H	A	K	D	R	N	U	I
M	I	A	P	Z	U	Y	E	G	P	E	K	B	Q
H	E	N	E	X	S	R	A	G	E	G	A	F	U
S	P	O	R	T	I	P	E	R	W	A	V	L	E

CUISINE
FILM
LECTURE
MUSIQUE
PEINTURE

PLAGE
SPORT
DANSE
JEUX
LOISIR

NATURE
PHOTOGRAPHIE
RANDONNÉE
VOYAGE

Rébus



l=n, p=v



-s



-un



-n

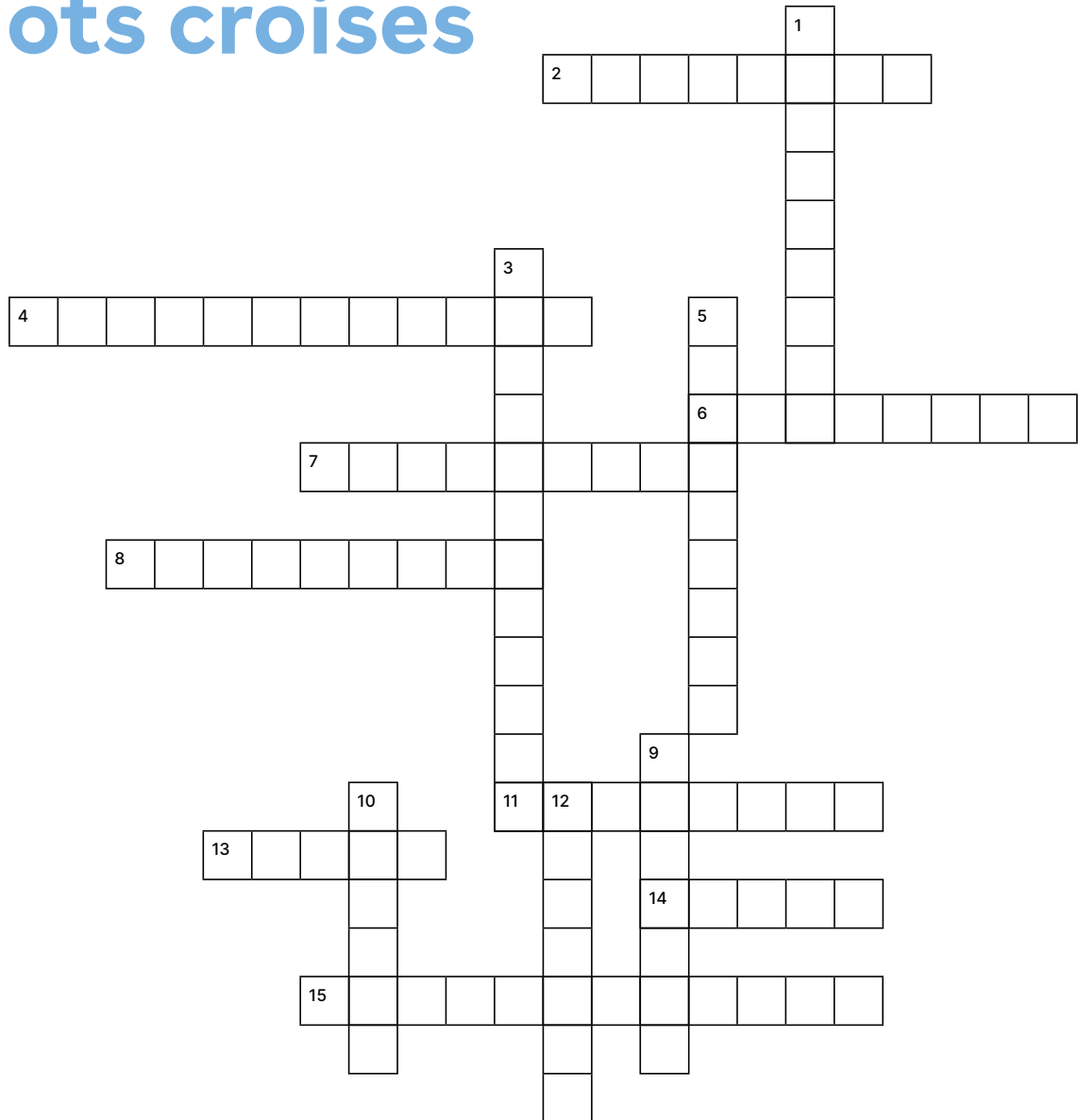


-ali



ê=i, e=é

Mots croisés

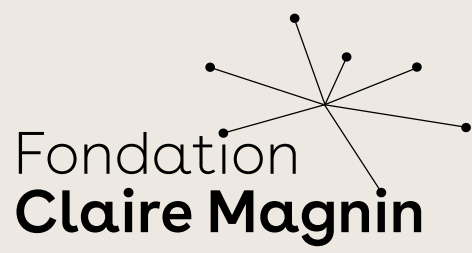


VERTICAL

1. État de régénération et de renaissance observé dans la nature au printemps.
3. Richesse des espèces vivantes qui se renforce avec l'arrivée du printemps.
5. Phénomène optique qui apparaît souvent après une pluie printanière.
9. Jeunes tiges ou feuilles qui émergent du sol au début de la saison.
10. Fleur emblématique du 1^{er} mai, symbole de bonheur et de prospérité.
12. Composition musicale souvent inspirée par les thèmes de l'amour et de la nature au printemps.

HORIZONTAL

2. Partie de la plante qui se développe en une nouvelle feuille ou fleur.
4. Science qui étudie les conditions climatiques, particulièrement changeantes au printemps.
6. Variété de teintes qui se manifestent dans la flore printanière.
7. Activité de cultiver des plantes, particulièrement populaire durant la saison printanière.
8. Odeur agréable des fleurs qui embaument l'air au cours de cette saison.
11. Moment où un oeuf se brise pour laisser sortir un oisillon, courant au printemps.
13. Plante souvent associée à la beauté et au renouveau au printemps.
14. Structure utilisée pour cultiver des plantes dans un environnement contrôlé.
15. Phénomène de reprise de couleur verte dans la nature après l'hiver.



info@claire-magnin.ch
claire-magnin.ch