FORUM
DU BILINGUISME
FÜR DIE ZWEISPRACHIGKEIT

LE BI- ET LE PLURILINGUISME DANS LES ENTREPRISES OU LES ORGANISATIONS

BONNES PRATIQUES

FORUM
DU BILINGUISME
FÜR DIE ZWEISPRACHIGKEIT

Place Robert-Walser 7
Case postale 439
2501 Biel/Bienne

www.bilinguisme.ch
forum@bilinguisme.ch

+41 32 323 22 80

Édition 2023

SOMMAIRE

INTRODUCTION 4

ORGANISATION INTERNE 7

COMMUNICATION INTERNE 8

COMMUNICATION EXTERNE 10

PUBLICITÉ ET MARKETING 12

RESSOURCES HUMAINES ET FORMATION 13

FRANCHIR LA BARRIÈRE DES LANGUES 16

LES 14 PRINCIPES ESSENTIELS À RETENIR 17

UNE STRATÉGIE, UN POSITIONNEMENT, UNE PHILOSOPHIE ENTREPRENEURIALE 19

CONCLUSION 23

INTRODUCTION

PRÉAMBULE

La diversité linguistique de vos collaborateur·trice·s est l'une des richesses de votre entreprise ou de votre organisation. Souhaitez-vous mettre en valeur ces atouts? Cette brochure peut vous aider à évoluer.

QUI SOMMES-NOUS ?

La fondation Forum du bilinguisme, créée à Bienne en 1996, a pour objectif la promotion du bi- et plurilinguisme à travers l'observation scientifique et par la prise de mesures qui facilitent la cohabitation de plusieurs cultures linguistiques et la compréhension entre les individus.

NOTRE EXPÉRIENCE

La base des «bonnes pratiques» est une liste de mesures concrètes élaborées par le Forum du bilinguisme. Ces recommandations et mesures pour les entreprises ou les organisations ont été élaborées sur la base de l'expérience acquise en plus de 25 ans d'activité.
Elles se basent principalement sur les rapports rédigés par les expert·e·s de la fondation lors des certifications régulières d'entreprises et d'organisations avec le «Label du bilinguisme», le «Label du plurilinguisme» ou l' «Engagement bilinguisme».

Disposer d'une stratégie linguistique, quelle que soit la taille de l'entreprise ou de l'organisation, permet non seulement de viser de nouveaux marchés au-delà des frontières linguistiques, mais aussi de favoriser la cohésion et la compréhension entre les collaborateur·trice·s. L'entreprise ou l'organisation augmente ainsi le degré de satisfaction de ses employé·e·s et de ses client·e·s, et donc sa productivité.

La présente compilation de «bonnes pratiques» ayant fait leurs preuves se veut un guide pour les entreprises et les organisations lors de la mise en œuvre de mesures visant à promouvoir le bilinguisme ou le plurilinguisme à court, moyen et long terme. Il s'agit en premier lieu de la promotion des quatre langues nationales, mais les recommandations et les mesures peuvent en grande partie être appliquées de manière générale aux questions relatives à la gestion de la diversité linguistique.

Selon le domaine d'activité et la situation géographique d'une entreprise ou d'une organisation, il est possible d'adapter la gestion du bi- ou plurilinguisme.

PROFITER DU BI-PLURILINGUISME

Il existe différents types d'organisations ou d'entreprises qui peuvent profiter des «bonnes pratiques» suivantes pour promouvoir le bilinguisme ou le plurilinguisme.

- Votre organisation ou votre entreprise se situe-t-elle sur une frontière linguistique?
- Votre organisation ou votre entreprise est-elle active dans une ville ou un canton bilingue?
- Votre organisation ou votre entreprise est-elle active au niveau national ou international et offre donc des prestations ou des produits dans plusieurs langues?

Si vous pouvez répondre par oui à l'une de ces questions, la présente brochure de bonnes pratiques pourrait participer au développement stratégique de votre entreprise ou organisation.

MISE EN OEUVRE (MO)

Les mesures proposées ont un niveau de difficulté de mise en oeuvre variable et n'ont pas le même degré d'importance…
Choisissez celles qui s'adaptent le mieux à votre stratégie.

Facile à mettre en oeuvre		●
Moyennement facile à mettre en oeuvre		● ●
Difficile à mettre en oeuvre		● ● ●
MESURES PRIORITAIRES (MP)	Mesures à mettre en œuvre en priorité	∿

ORGANISATION INTERNE

N°	MESURE/THÈME	DÉTAIL	MO	MP
1	Nommer un·e délégué·e au bi- ou plurilinguisme au sein de l'entreprise ou de l'organisation (< de 100 coll.)	• Définir le cahier des charges	● ●	
		• Donner les compétences nécessaires	● ●	
		• Rattachement à la direction ou aux RH	● ●	
2	Former une commission du bi- ou plurilinguisme avec des représentants francophones et germanophones (> 100 coll.)	• Initier, développer et faire vivre le bi- ou plurilinguisme au sein de l'entreprise	● ●	
		• Élaborer une stratégie formelle du bi- ou plurilinguisme avec un catalogue de mesures	● ●	
		• Proposer un plan annuel d'activités	● ●	
		• Donner les compétences et la crédibilité nécessaires	● ●	
3	Élaborer une charte du bi- ou plurilinguisme (max. 10 principes)	• Communication formelle interne	● ●	
		• Communication informelle interne	● ●	
		• Communication formelle externe	● ●	
		• Publications	● ●	
		• Équilibre linguistique du personnel	● ●	
4	Outils de travail	• Mettre à disposition des collaborateur·trice·s des logiciels dans leur langue principale afin de réduire le risque d'erreurs et améliorer la capacité de travail	● ●	∿

COMMUNICATION INTERNE

N°	MESURE/THÈME	DÉTAIL	MO	MP
5	La direction et les cadres supérieurs donnent l'exemple	• S'adresser aux collaborateur·trice·s dans leur langue principale	●	∿
		• Alterner les langues en présence de collaborateur·trice·s de langues différentes	●	
6	Séances bi- ou multilingues	• Présentation Powerpoint bi- ou multilingue	●	∿
		• Présentation dans une langue et Powerpoint dans l'autre langue	●	
		• Recourir au dialogue bi- ou multilingue	●	
		• Éviter l'anglais comme langue de communication	●	
7	Groupes de travail plurilingues	• Former des groupes de projets où toutes les langues concernées sont présentes en vue d'encourager la complémentarité culturelle	●●	
8	La correction bienveillante	• Laisser parler l'interlocuteur·trice dans la langue partenaire, même avec des fautes et lui répondre avec la tournure de phrase correcte	●	
		• Demander si une correction est souhaitée	●	

N°	MESURE/THÈME	DÉTAIL	MO	MP
9	Principe «Chacun parle sa langue»	• Pratiquer le bi- ou plurilinguisme fonctionnel dès que les compétences linguistiques le permettent	●	∿
10	Instaurer des moments linguistiques	• Pauses-café bi- ou plurilingues informelles	●	
		• Matinées monolingues formelles, alterner les langues	●	
11	La diglossie	• Encouragement: inciter les francophones et/ou italophones à se lancer dans le suisse-allemand en commençant par des mots simples	●	
		• Pratique: demander aux germanophones de poursuivre la conversation en bon allemand plutôt qu'en français	●	
12	Optimiser les traductions	• Élaborer un lexique/glossaire bi- ou plurilingue	●●	
		• Traduire les processus et manuels d'utilisation de machines dans toutes les langues utiles à l'interne	●●	
		• Définir les compétences linguistiques des membres du personnel en vue d'éventuelles traductions	●	
		• Processus de relecture systématique par une personne de langue maternelle	●	
		• Traduire la signalétique dans les langues nécessaires à l'interne: modes d'emploi, archives, etc.	●	
13	Intranet	• Publier sur Intranet les informations simultanément dans toutes les langues	●	∿

COMMUNICATION EXTERNE

N°	MESURE/THÈME	DÉTAIL	MO	MP
14	Accueil	**Au téléphone** • Personne bi- ou plurilingue ou une personne par langue	●●	
		• Élaborer un petit lexique de phrases-clés dans les langues concernées	●●	∿
		• Proposer de rappeler plus tard si l'information n'est pas disponible dans la langue souhaitée	●	
		• Enregistrer les messages sur le répondeur automatique dans les langues concernées	●	
		• Logiciel téléphonique digital avec option de langue par pression de touche	●●●	
		À la réception • Mettre en fonction du personnel capable de servir les partenaires externes dans les langues concernées	●	∿
15	Optimiser le service à la clientèle	• Automatiquement s'adapter à la langue de l'interlocuteur·trice	●●	
		• Demander dans quelle langue la clientèle souhaite recevoir toute correspondance	●	
		• Au moins pour les éléments de base de la correspondance, créer des éléments de texte dans les langues concernées	●●	
		• Gestion d'une banque de données avec un critère «Langue» et introduction du contact avec les civilités dans la langue de la clientèle	●	∿

N°	MESURE/THÈME	DÉTAIL	MO	MP
16	Informations des fournisseurs	• Demander systématiquement aux fournisseurs les versions des documents dans toutes les langues	●	
		• Procéder aux traductions nécessaires si les documents ne sont pas disponibles dans les langues concernées	●●	
17	Signature électronique	• Disposer de signatures électroniques bi- ou plurilingues ou séparément dans toutes les langues et/ou adapter au destinataire	●	∿
18	Cartes de visite	• Prévoir des cartes de visite bi- ou plurilingues	●	
19	Annuaires téléphoniques en ligne	• S'assurer d'une visibilité dans les langues concernées sur les différentes plateformes électroniques	●	
20	Signalétique	• Organiser la signalétique de l'entreprise en fonction du/des public(s)-cible(s)	●	
21	Site Internet	• Proposer un site Internet avec option du choix de langue sur chaque page	●●	∿
22	Réseaux sociaux	• Publier les informations destinées au grand public et aux consommateurs dans toutes les langues conernées	●●	

PUBLICITÉ ET MARKETING

N°	MESURE/THÈME	DÉTAIL	MO	MP
23	Supports de communication	• Disposer de brochures, de papillons informatifs et de fiches produits dans toutes les langues concernées ou avec un QR code qui dirige vers le site Web	●●	
		• Rédiger des communiqués de presse dans toutes les langues conernées	●●	
		• Mettre en ligne un site Internet disposant d'une sélection linguistique	●●	∿
24	Messages publicitaires	• Utiliser les locutions propres à chaque langue	●●●	
		• Adapter culturellement les slogans utilisés	●●●	
		• Adapter les messages aux particularités culturelles des communautés linguistiques	●●●	
25	Événements et conférences	• Prévoir des invitations dans les langues concernées	●	∿
		• Adapter le support Powerpoint dans la/les langue(s) partenaire(s) complémentaire(s) à celle de l'orateur·trice	●●	
		• Proposer si nécessaire une traduction simultanée	●●●	
		• Engager des orateur·trice·s issu·e·s de toutes les communautés linguistiques	●●	

RESSOURCES HUMAINES ET FORMATION

N°	MESURE/THÈME	DÉTAIL	MO	MP
26	Recrutement	• Engager du personnel à l'image de la répartition linguistique locale et/ou selon les besoins commerciaux de l'entreprise	●●●	∿
		• À compétences égales, engager un·e employé·e de la minorité linguistique	●●●	
		• Engager des cadres de la minorité linguistique pour assurer un bi- ou plurilinguisme et une culture bi- ou plurilingue au niveau stratégique	●●●	
		• Faire du bi- ou plurilinguisme un critère de recrutement tout en faisant preuve de souplesse pour les fonctions ne nécessitant pas de compétences linguistiques spécifiques	●●	
		• Publier les offres d'emploi dans toutes les langues concernées	●	
		• Définir les compétences linguistiques requises en fonction du poste	●	
		• Identifier les langues maîtrisées par les collaborateur·trice·s	●	
27	Apprentissage	• Oser engager un·e apprenti·e d'une autre langue; les compétences linguistiques faisant également partie de la formation professionnelle	●●●	
		• Former des maîtres·ses d'apprentissage dans toutes les langues concernées	●●●	
		• Proposer des places d'apprentissage également aux minorités linguistiques	●●●	
		• Engager en alternance des apprenti·e·s de langues différentes	●●●	
		• Inciter les futur·e·s apprenti·e·s à suivre si possible leur formation professionnelle dans une classe bilingue	●	
		• Encourager les échanges linguistiques pendant la formation	●	∿

RESSOURCES HUMAINES ET FORMATION

N°	MESURE/THÈME	DÉTAIL	MO	MP
28	Formation continue	• Introduire la motivation de développer ses compétences linguistiques dans d'autres langues	●●	
		• Proposer des cours de langues, notamment pour le personnel ayant des contacts externes dans d'autres langues	●●●	
		• Proposer la plateforme gratuite E-TANDEM	●	∿
		• Introduire la méthode des TANDEMs® linguistiques à l'interne	●●●	
		• Offrir des outils de formation continue, afin de fidéliser les collaborateur·trice·s	●●	
		• Proposer des stages d'immersion linguistique dans d'autres succursales ou d'autres pays	●●●	
29	Entretien annuel	• Conduire l'entretien d'évaluation dans la langue que l'employé·e maîtrise le mieux	●●	∿
		• Faire des compétences linguistiques de l'employé·e un point spécifique de l'entretien en établissement un plan de formation si nécessaire	●●	
30	Administration	• Proposer les contrats dans la langue de l'employé·e	●●	
		• Idem pour les attestations de salaire mensuelles	●●	
		• Tenir à disposition tous les documents administratifs (caisse de pension, assurances diverses, etc.) dans la langue officielle que l'employé·e maîtrise le mieux	●●	

N°	MESURE/THÈME	DÉTAIL	MO	MP
31	Développement d'une culture d'entreprise bi- ou plurilingue	• Organiser des événements (p. ex. fête d'entreprise) avec des animations accessibles à toutes les cultures linguistiques	●●	
		• Sorties d'entreprise dans toutes les régions linguistiques de Suisse	●●	
		• Faire participer tous les groupes linguistiques concernés à la planification de l'événement pour plus de créativité	●●	
		• Rédiger des publications dans toutes les langues concernées, s'appuyer sur une équipe rédactionnelle multilingue	●●	
		• Élaborer des concepts ludiques réguliers pour encourager la culture bi- ou plurilingue (concours, phrase du mois, calendrier de Noël, etc.)	●●	
		• Instaurer une journée du bi- ou plurilinguisme/journée des langues	●●	

FRANCHIR LA BARRIÈRE DES LANGUES

N°	MESURE/THÈME	DÉTAIL	MO	MP
32	Culture	• Apprendre à connaître l'autre culture afin de pouvoir s'y adapter	●	
		• Accepter avec humour les différences culturelles	●	
33	Entreprise	• Communiquer clairement sa volonté de servir une clientèle bi- ou plurilingue	●	
		• Ouverture d'un bureau (adresse postale) dans une autre région linguistique afin d'affirmer son appartenance	●●●	
34	Équipe	• Utiliser les compétences linguistiques de tout un chacun, parfois indépendamment de sa fonction, pour servir au mieux la clientèle	●	∿
		• Mettre sur pied une équipe bi- ou plurilingue au sein de l'administration des ventes/service à la clientèle	●	
		• Pour conquérir de nouveaux marchés, engager et former des conseiller·e·s de vente qui parlent la même langue que les client·e·s potentiel·le·s.	●●	
		• Organiser des séances de vente regroupant toutes les régions linguistiques	●●	
		• Former les collaborateur·trice·s au langage technique et spécifique d'un secteur économique	●●	
35	Produits/services	• Proposer des brochures dans toutes les langues concernées	●●	
		• Rédiger les fiches techniques dans toutes les langues conernées	●●	
		• Proposer des formations sur les produits dans la langue des client·e·s	●●	
		• Offrir des prestations ciblées à une clientèle géographiquement plus éloignée	●●	

LES 14 PRINCIPES ESSENTIELS À RETENIR

1. **L'exemple en matière de bi- ou plurilinguisme** doit être donné par la **direction** et les **cadres supérieurs.**
2. L'élaboration de **règles concrètes en matière de pratiques linguistiques** spécifiques à l'entreprise.
3. La mise à disposition pour les collaborateur·trice·s des **outils de travail** dans toutes les langues officielles, selon leur préférence.
4. La mise à disposition pour les collaborateur·trice·s de leurs **documents personnels** (contrats, règlements, certificats…) dans toutes les langues officielles, selon leur préférence.
5. L'optimisation d'un **service à la clientèle de qualité identique** dans toutes les langues officielles.
6. La création d'un **site Internet bi- ou plurilingue** offrant une navigation aisée d'une langue à l'autre.
7. L'élaboration d'une **stratégie marketing** (publicité, merchandising, communication, etc.) ciblée sur les groupes linguistiques concernés.
8. Le choix d'une politique **favorisant à parts égales le recrutement** de collaborateur·trice·s des différentes régions linguistiques.
9. La garantie d'offrir une **formation de même valeur** – sous forme d'**apprentissage/stage/formation continue** pour les apprenants de tous les groupes linguistiques.
10. **L'égalité des chances de carrière** pour les collaborateur·trice·s de toutes les régions linguistiques.
11. **La connaissance des us et coutumes** de l'autre culture avant d'envisager une implantation commerciale dans une autre région linguistique.
12. **L'offre de prestations/produits adaptée** aux besoins du marché des langues partenaires.
13. Le développement progressif d'une culture d'entreprise bi- ou plurilingue véritablement vécue, encourageant les échanges – formels et informels – entre les différentes communautés linguistiques.
14. La mise en œuvre d'un **processus de certification «Label du bilinguisme», «Label du plurilinguisme»** ou d'un **«Engagement bilinguisme».**

LES CERTIFICATIONS DU FORUM DU BILINGUISME

UNE STRATÉGIE UN POSITIONNEMENT UNE PHILOSOPHIE ENTREPRENEURIALE

UNE STRATÉGIE

Positionnement, valorisation, compétitivité – pour une entreprise, une institution ou une administration, le Label représente un argument marketing indéniable qui la différencie de ses concurrents directs sur le marché. Le «Label du bilinguisme», le «Label du plurilinguisme» ou l'«Engagement bilinguisme» deviennent un outil stratégique renforçant la crédibilité d'une organisation dans son environnement local, régional et national et assurant à ses partenaires un niveau linguistique certifié de la pratique des langues officielles en Suisse.

UN POSITIONNEMENT

Un Label ou un Engagement confirme que l'organisation entretient le soin et les compétences nécessaires pour répondre aux besoins d'un public exigeant en matière de produits, de services et de communication. Il témoigne également de l'ouverture de l'organisation envers une minorité linguistique et de la mise en valeur des compétences linguistiques de ses collaborateur·trice·s.

UNE PHILOSOPHIE ENTREPRENEURIALE

Désirer obtenir un Label ou un Engagement, c'est avant tout reconnaître l'importance de la pratique et du respect des langues au sein de sa propre organisation et de la plus-value qu'une certification peut apporter sur le long terme. Cette philosophie entrepreneuriale en matière de bi- ou pluri-linguisme se doit d'être ancrée à part entière dans la charte de l'organisation afin d'être véritablement vécue au quotidien par tout un chacun.

LE LABEL DU BILINGUISME

Lancé dans la ville bilingue de Biel/Bienne en 2001, le Label a été dans un premier temps décerné à des entreprises biennoises. Depuis 2013, le Label a étendu ses racines hors de ses frontières cantonales en ciblant d'autres régions de Suisse où les langues nationales jouent un rôle important dans la vie active. Jusqu'à aujourd'hui, plus de 50 organisations ont reçu cette distinction.

Le Label peut en principe être obtenu par toute entreprise, institution ou administration qui évolue dans un cadre bilingue et utilise régulièrement deux langues - à l'interne comme à l'externe.

LE LABEL DU PLURILINGUISME

En 2015, le Forum du bilinguisme a lancé le «Label du plurilinguisme» destiné en premier lieu aux Offices fédéraux. Le processus se base sur l'Ordonnance fédérale sur les langues (OLANG), porte sur la pratique des trois langues officielles: l'allemand, le français et l'italien.

LES CRITÈRES

Le Label mesure la qualité du bi- ou du plurilinguisme à quatre niveaux:

- Services et communication externe,
- Composition et compétences linguistiques du personnel,
- Communication interne,
- Appréciation de la culture linguistique

Les critères permettant l'obtention du Label du bilinguisme, respectivement du plurilinguisme, sont clairement définis et disponibles sur demande auprès du Forum du bilinguisme.

ENGAGEMENT BILINGUISME

L'Engagement bilinguisme est un processus défini en plusieurs étapes dont les critères sont analogues au «Label du bilinguisme», mais moins restrictifs notamment au niveau de la composition et des compétences linguistiques du personnel ainsi que de la communication à l'interne.
Le processus menant à la certification «Engagement bilinguisme» s'adresse à des entreprises, organisations ou des administrations publiques non sises sur une frontière linguistique et/ou dont la composition linguistique du personnel ne correspond pas aux exigences du Label du bilinguisme.

LA PROCÉDURE

La procédure se déroule en plusieurs étapes. Sur la base d'une convention établie entre le Forum du bilinguisme et l'organisation, cette dernière procède à une autoévaluation qu'elle documente dans un dossier.

Un·e expert·e du Forum du bilinguisme conduit ensuite un audit de l'institution selon les critères d'évaluation au moyen d'un sondage en ligne anonyme destiné à l'ensemble du personnel, d'entretiens personnels ciblés et de visites sur place.

Finalement, l'expert·e rédige un rapport précis et substantiel qui est approuvé par un groupe d'évaluation composé de la direction du Forum du bilinguisme, ainsi que d'un ou d'une, voire de plusieurs experts selon l'envergure et la complexité du processus de certification. Le rapport comprend des résultats quantitatifs et qualitatifs ainsi qu'un catalogue de bonnes pratiques spécifiques et une série de recommandations utiles.

En collaboration avec l'entreprise ou l'organisation certifiée, le Forum du bilinguisme met sur pied une manifestation publique incluant notamment les principaux partenaires médiatiques pour la remise officielle de la certification.

LA RECERTIFICATION APRÈS 5 ANS

Le Forum du bilinguisme procède à une recertification de l'entreprise, de l'organisation ou de l'administration après 5 ans afin de vérifier si celle-ci remplit encore toutes les conditions liées au Label ou de l'Engagement. Selon la taille et/ou l'évolution de l'organisation, le Forum du bilinguisme proposera une procédure simplifiée ou plus complète permettant d'évaluer la situation linguistique de l'entreprise, de l'organisation ou de l'administration déjà certifiée.

CONCLUSION

Même si le bi- ou le plurilinguisme n'est pas la première préoccupation des entreprises ou organisations, elle n'en est pas moins un facteur très important dans le travail quotidien de nombreuses sociétés et institutions qui sont soit situées dans une région où deux voire plusieurs langues et cultures se rencontrent, soit actives au niveau national.

Cette spécificité linguistique suisse offre de nombreuses possibilités de développement tant pour l'entreprise que pour les collaborateur·trice·s de celle-ci. Promouvoir le bi- ou le plurilinguisme signifie aussi renforcer la cohésion d'une équipe à l'interne et ainsi, développer une culture d'entreprise bi- ou plurilingue favorisant le partage et l'échange entre cultures géographiquement proches, mais différentes dans leur manière de vivre le quotidien. En puisant dans ces ressources, l'entreprise s'ouvre également à de nouvelles perspectives économiques en osant franchir la barrière des langues et asseoir une position compétitive dans une autre région linguistique.

Des entretiens qualitatifs avec les acteur·trice·s économiques et la longue expérience du Forum du bilinguisme ont permis de formuler ici différentes recommandations et mesures de réussite au niveau national à l'attention de toutes les entreprises et organisations qui souhaitent développer ou accroître au maximum leurs possibilités en matière de bi- ou de plurilinguisme. Il s'agit d'outils pragmatiques qui peuvent être mis en place ou renforcés progressivement au sein d'une entreprise ou organisation, sans qu'il s'agisse d'une contrainte irréversible.
Pour certains, ils représentent un travail quotidien, pour d'autres une plus-value qui vaut éventuellement la peine d'être développée, pour d'autres encore une problématique bien trop complexe pour être réellement mise en œuvre à tous les niveaux.
C'est aux entreprises et aux organisations de trouver le bon équilibre pour profiter pleinement des avantages du bi- ou du plurilinguisme.

Le Forum du bilinguisme se fera un plaisir de vous aider à concrétiser vos démarches.

L'INTÉGRATION DES MINORITÉS CULTURELLES ET LINGUISTIQUES EST UN ÉLÉMENT ESSENTIEL À LA BONNE COHÉSION D'UNE ENTREPRISE

Christian Levrat,
Président du CA de La Poste Suisse

DIE INTEGRATION VON KULTURELLEN UND SPRACHLICHEN MINDERHEITEN IST EIN WESENTLICHER BESTANDTEIL DES GUTEN ZUSAMMENHALTS EINES UNTERNEHMENS

Christian Levrat,
VR-Präsident der Schweizerischen Post