



Ce plancher ne déteint pas

**... il est imprégné
au mordant**



JonWood – la nouvelle gamme de produits d'entretien pour le bois

Périodique de JohnsonDiversey, 9542 Münchwilen, Tél. 071 969 27 27, www.johnsondiverseych.ch

Il y a plus de 70 ans, l'entreprise A. Sutter élargissait son assortiment avec le décapant pour sol CLU, qui plus tard sera vendu sous la marque toujours actuelle Wega, produits de ménage très apprécié. Vous vous souvenez peut-être du temps où votre grand-mère ou le concierge de votre école entretenait le sol en bois à grands efforts, munis d'une brosse, d'un chiffon en laine (souvent un pull-over usé) et de la cire pour sol? Ces temps sont heureusement révolus et la tâche s'est considérablement simplifiée. Les besoins et exigences ont changé avec le temps, mais un bon entretien du parquet n'en demeure pas moins important.

Avec JonWood, nous sommes heureux de pouvoir vous proposer désormais un assortiment complet de produits d'entretien et de nettoyage pour toutes les exigences de vos sols en bois.



Le nouvel assortiment

A l'occasion de notre tournée promotionnelle de printemps, nous vous présenterons le nouvel assortiment complet de nettoyage et d'entretien JonWood pour tous les types de sols en bois. Lors de l'exposé spécialisé «nouveaux systèmes et applications sur revêtements en bois», de nouvelles méthodes de nettoyage intermédiaire seront entre autres présentées et vous aurez la possibilité d'approfondir vos connaissances dans le cadre du workshop de mise en pratique qui suivra.

TRENDS



Nouveaux ustensiles – nouveaux auxiliaires de nettoyage

L'importance des ustensiles est de plus en plus grande dans le domaine du nettoyage. D'une part pour que leur mécanique soit améliorée, d'autre part pour faciliter le travail sur le plan de l'ergonomie. Pour cette raison, nous avons revu et complété notre assortiment. Nous avons par exemple doté notre système Jonmaster, qui jouit d'un grand succès, de deux nouveaux mops:

Le mop polyvalent Jonmaster Allrounder Mop
enlève les saletés légères peu adhérentes dès le premier passage. Ce mop est idéal pour des couloirs comme par exemple dans les coles.

Le mop pour vitres Jonmaster Pro Glass Mop
est idéal pour le nettoyage d'entretien de grandes surfaces vitrées et peut être utilisé sur des surfaces verticales grâce à un support velcro. Le manche variable Jonmaster facilite énormément le travail dans de tels cas.

Tirés de notre assortiment, vous trouverez aussi de très simples auxiliaires:

Le plumeau à poussière permet d'enlever des toiles d'araignée dans les recoins les plus élevés.

La pince à déchets permet de saisir déchets et saletés sans devoir se baisser.

Nous avons aussi composé un nouveau programme complet pour le nettoyage des fenêtres et introduit une petite sensation sur le marché du nettoyage d'entretien avec le tout nouveau pad Purple Diamond pour les sols en pierre artificielle et en marbre.

Ce ne sont là que quelques exemples parmi de nombreux compléments. Parallèlement à l'élargissement de notre assortiment, nous avons aussi procédé au contrôle de nos fournisseurs selon des critères décisifs très stricts. Nous nous sommes rendus sur place pour nous assurer que les normes environnementales soient respectées, que le travail d'enfants ne soit pas pratiqué et qu'une qualité constante puisse être garantie. Nos techniciens d'application de Münchwilen ont testé et comparé les articles choisis avec des offres alternati-



Le mop Jonmaster Pro Glass en action.

ves et des produits concurrentiels. Pour les chiffons de nettoyage par exemple, outre la performance de nettoyage, nous avons également comparé la résistance à la déchirure, le rétrécissement au lavage et le maintien de la qualité après de nombreux lavages. De ce fait, nous sommes en mesure de vous proposer des offres à un rapport qualité-prix optimal.

Le pad Purple Diamond redonne leur éclat aux revêtements de sol ternes.

Les résultats obtenus par le nouveau pad Purple Diamond 3M sur les revêtements de sol en marbre et en pierre artificielle sont vraiment étonnants. Prenons l'exemple du Shopping Mall du complexe commercial et de fitness «Säntispark» à Abtwil/SG, qui, suivant la météo et la saison accueille chaque jour entre 5'000 et 10'000 visiteurs. L'entreprise de nettoyage en bâtiments ISS est chargée d'en assurer le nettoyage quotidien. «L'état du sol en marbre fortement sollicité a toujours été un problème, par exemple en présence de traces difficiles à enlever comme celles de semelles ou de pneus» remarque Kurt Gemperle, concierge du Säntispark avant d'ajouter «après 23 ans, le sol était pour ainsi dire «mort» et la commission de bâtisse était sur le point de faire changer tout le revêtement du sol, ce qui seulement pour le Shopping Mall représente une surface de 2000 m²».

Le nouveau pad Purple Diamond nous offre un tout nouveau point de vue. Le nettoyage d'entretien s'est poursuivi comme jusqu'alors tous les jours avec la TASKI combimat swingo 3500 ou la TASKI combimat 1600 et le détergent TASKI Jontec Tensol, seul le pad utilisé usuellement a été remplacé par le pad Purple Diamond. «Après trois jours déjà, les premiers résultats se faisaient voir.



La mesure de la brillance montre qu'en l'espace de 4 semaines, la valeur de la brillance a pu être augmentée de 28 à 76. Kurt Gemperle, Concierge au Säntispark; Walter Hinder, Technicien d'application chez JohnsonDiversey et Tobias Anhorn, Chef de secteur ISS Facility Services AG (de gauche à droite) sont plus que satisfaits du résultat.

Voilà comment fonctionne le nouveau pad Diamond Purple



Le nouvel éclat du sol apparaissait en temps réel, le changement se voyait à l'œil nu» confie Tobias Anhorn, chef de secteur chez ISS. «Nous sommes enthousiasmés. Après quatre semaines déjà nous avons une «nouvelle pierre» sans dépenses supplémentaires!»

Où peut-on utiliser le pad Diamond Purple?

Sur tous les sols en pierre calcaire non traités, tels que Terrazzo et marbre.

Quel est l'effet du pad Diamond Purple?

Il augmente la brillance et l'éclat. Des sols mats et usés sont ainsi rafraîchis et transformés en des surfaces visuellement irréprochables. La surface du sol devient en même temps plus dense, ce qui permet d'enlever la poussière et la saleté plus facilement.

Sous le signe de l'environnement



L'Interclean, le plus grand et le plus important salon spécialisé dans le domaine du nettoyage du bâtiment, aura lieu pour la 22^{ème} fois du 6 au 9 mai à Amsterdam. A son stand, JohnsonDiversey vous présentera d'intéressantes nouveautés, comme par ex. en exclusivité mondiale la toute nouvelle autolaveuse TASKI swingo 1650 (développée et fabriquée en

Suisse, à Münchwilen) ou encore la plus petite autolaveuse au monde TASKI swingo 150, qui sera elle aussi présentée au grand public pour la première fois.

Annoncez votre visite à l'information de notre stand N° 01.211/01.3110/01.411. Nous nous réjouissons de vous y accueillir.

Invitation au Roadshow 08



Innovations, exposés spécialisés et Workshops

Afin d'accomplir les hautes exigences de nettoyage, la sécurité hygiénique et le maintien de la valeur, on ne pourrait renoncer aux connaissances professionnelles et aux moyens de planification, le tout doit bien sûr être très économique. Les compétences et les outils professionnels pour la planification et le contrôle sont deux assistants indispensables que nous présentons à notre Roadshow. La grande disponibilité d'un parc de machines dans le nettoyage en bâtiment doit être assurée tout comme la propreté irréprochable dans les cuisines et les buanderies professionnelles.

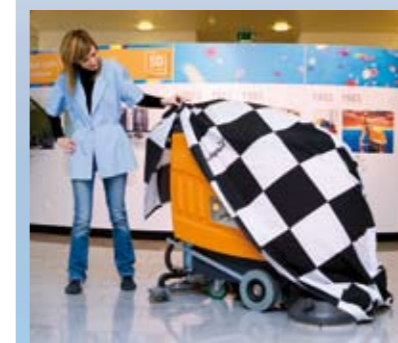
Nous vous montrons comment nous sommes en mesure de l'assurer grâce à une organisation efficace avec des collaborateurs de service compétents. Cela peut aussi être profitable pour vous

personnellement. Nous vous proposons des exposés spécialisés dans le domaine de l'entretien du bois et de la sécurité de l'hygiène dans le domaine alimentaire. Veuillez vous inscrire au moyen de la carte réponse ci-joint. Le nombre de places est limité. Nous sommes de passage dans votre région et nous nous réjouissons de votre visite. Vous trouverez des renseignements plus détaillés sur notre site internet.

Lieu et dates des stations:

- Jeudi 15 mai, 9542 Münchwilen/TG chez JohnsonDiversey, Eschlikonerstrasse
- Mardi 20 mai, 4142 Münchenstein/BL au centre culturel, Loogstrasse 2
- Jeudi 22 mai, 7000 Chur/GR à la maison de paroisse Tithof, Tittwiesenstrasse 8
- Mercredi 28 mai, 6500 Bellinzona/TI dans le Businesscenter, Via dei Gaggini 3
- Jeudi 29 mai, 6214 Schenk/LU dans le centre de rencontre, Schulhausstrasse
- Mardi 3 juin, 8045 Zürich dans la «Papiersaal» de la Sihlcity
- Mercredi 4 juin, 1400 Yverdon/VD, La Marive, Quai de Nogent 1
- Jeudi 5 juin, 3322 Urtenen-Schönbühl/BE au centre Urtenen, Zentrumsplatz 8

Assistez à la première de la maniable TASKI swingo 1650.



IMPRESSUM

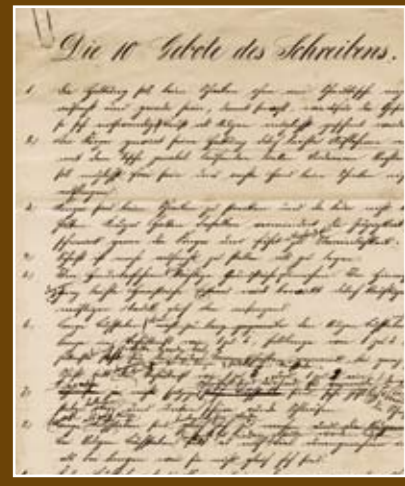
Parution: 2 fois par an

Tirage: 6 000 ex. fr., 24 000 ex. al.
Rédaction: Jacqueline Schmid,
JohnsonDiversey Münchwilen

Les 100 premières années d'histoire de l'entreprise Sutter

L'écriture Sutter

En 1904, la première lettre rédigée à la machine à écrire quittait l'entreprise. De 1879 à cette date, les «10 commandements de l'écriture» édictés par Alfred Sutter régnaient sur l'écriture à la main pratiquée dans l'entreprise. Outre la posture corporelle à adopter, Alfred Sutter avait déterminé le rapport de proportion à respecter entre caractères longs et caractères courts. Les 10 commandements reflétaient fidèlement l'attitude même de l'entrepreneur: «...le commerçant ne doit pas perdre son temps en fioritures, mais il doit veiller à ce que son écriture soit simple et agréable à regarder et que surtout elle soit claire et facilement lisible.»



Les produits d'entretien pour les chaussures au fil du temps.

En 1860 surgit une brillante idée pour des chaussures brillantes

Après le lancement du commerce de vinaigre, Adolf Sutter a cherché une nouvelle source de revenu pour pouvoir assurer le plein-emploi de ses quelques collaborateurs en hiver. A l'époque, la vente de vinaigre se concentrait encore très fortement pendant les mois d'été. Les propos suivants sont tirés d'une lettre d'Adolf Sutter à son épouse Katharina: «...les affaires ne prennent pas réellement. Je me donne toute la peine du monde, mais je ne peux pas forcer les gens à passer commande quand

leurs fûts sont encore pleins. Tout le monde me dit d'attendre le printemps. Mais je veux anticiper et me mettre en marche plus tôt, si Dieu le veut et nous permet de vivre jusque là. Nous pourrions reprendre la recette du cirage français, cet article promet de belles affaires, indépendantes des saisons.»



A cette époque émergeait la mode dans les villes de polir ses chaussures pour leur donner un lustre éclatant. A cet effet, on utilisait de la mélasse ou du sirop et l'on remplissait de ce cirage des boîtes de copeaux de bois, dans lesquelles la masse durcissait très rapidement. Pour enduire les chaussures de ce cirage, il fallait d'abord l'humidifier et pour cette raison il reçut le surnom de cirage à crachats. Le produit se vendit bien: en 1874 déjà, plus d'un million de boîtes avaient été vendues. Ce produit d'entretien du cuir, le plus vendu de l'époque, se composait de: 70 parts de mélasse, 9,5 parts de charbon d'os, 6 parts de terre de pipe, 4,5 parts d'huile de lin et 10 parts de vinaigre.

Le réel succès ne vint cependant que plus tard, avec son successeur «RAS», un cirage d'un tout nouveau genre. Le triomphe arriva en 1907. En 1923, la

fameuse boîte de la marque MARGA apparût sur le marché. Toute une génération se souvient des patrons à découper Marga avec lesquels des villages entiers pouvaient être bricolés au moyen de différents cartons. En 1931 naissait sous la direction de la 3^{ème} génération de la famille Sutter la ligne de produits Woly qui aujourd'hui encore est vendue exclusivement dans les magasins de chaussures.

De l'entretien des chaussures à l'entretien des sols

Deux nouvelles tendances ont montré que sur le marché des produits d'entretien des chaussures il fallait compter avec une baisse tôt ou tard: d'une part l'arrivée de la voiture et les routes ainsi devenues plus propres, d'autre part l'avènement des chaussures basses au détriment des bottes usuelles ont



Publicité WEGA en 1953.

convaincu Adolf Sutter de la nécessité de chercher une nouvelle source de revenu. Pour la fabrication de produits d'entretien de chaussures, on utilise des solvants et de la cire, des matières premières qui entrent également dans la composition de produits d'entretien pour les sols. Il n'a pas fallu un grand pas pour passer à la fabrication de ce genre de produits, qui s'est avéré d'une très grande importance pour l'entreprise. Au début des années 30, un produit du nom de CLU pour colorer et faire briller les sols en sapin fit son apparition sur les rayons. En 1947, ce fut le tour de la première cire liquide pour sols WEGA et son arrivée sur le marché fut tout de suite un succès commercial. Très rapidement, l'assortiment WEGA a compté toute une gamme de produits d'entretien divers pour l'habitat moderne, autant pour des revêtements de sol lisses et des moquettes que pour l'entretien général de l'intérieur et pour l'hygiène des WC. Les produits WEGA sont aujourd'hui encore vendus dans le commerce de détail suisse par notre société affiliée SC Johnson.



La maison Sutter & Cie a obtenu la médaille d'or pour son engagement généreux lors de l'exposition nationale de 1914 à Berne.

De 1858 en 1958 en quelques mots clés

- 1858 Adolf Sutter-Krauss fonde la fabrique de vinaigre à Oberhofen (aujourd'hui Münchwilen TG)
- 1860 Lancement de la fabrication de cirage à chaussures
- 1878 Engagement des deux premiers représentants
- 1884 Après le décès d'Adolf Sutter-Krauss, fondateur de l'entreprise, son épouse Katharina et sa fille Anna en reprennent la direction
- 1894 Reprise de l'entreprise par le fils Arthur Sutter alors âgé de 28 ans
- 1904 Arthur Sutter devient président de l'association suisse des fabricants de vinaigre
- 1909 Ouverture d'une filiale à Constance
- 1910 Fondation d'une filiale à Gênes, en Italie



- 1923 Introduction du cirage pour chaussures «MARGA»
- 1929 La filiale de Gênes est cédée au fils aîné Adolf Sutter
- 1931 Création de la marque «WOLY» réservée aux commerces de chaussures
- 1932 Reprise de l'entreprise qui emploie désormais 75 personnes par le fils Alfred Sutter alors âgé de 28 ans
- 1935 Arrivée sur le marché du décapant pour sol «CLU»
- 1941 Création de la série de fart pour ski «Skiwa»
- 1947 Succès commercial de la nouvelle cire liquide pour sol «WEGA»
- 1948 Introduction du produit de nettoyage pour fenêtres «ASO»
- 1952 Introduction sur le marché du premier vitrifiant pour parquet et de la première émulsion autobrillante
- 1953 Création du département «TASKI» destiné aux gros consommateurs
- 1954 Introduction du vinaigre aux herbes «KRESSI»
- 1958 Le personnel de 204 employés fête les 100 ans d'existence de l'entreprise

Cuisinier d'Or – phase préparatoire

JohnsonDiversey est sponsor officiel du concours gastronomique «le Cuisinier d'Or 2008», dont la finale sera disputée le 7 avril à la Kursaal de Berne. En notre qualité de sponsor, nous ne soutenons pas seulement l'évènement lui-même, mais nous assistons également les 6 finalistes dans toute la phase de préparation. C'est dans ce cadre que nous avons eu l'occasion de poser quelques questions à l'un des 6 finalistes, Thomas Nussbaumer:

JD: Quelle est la motivation d'un chef de cuisine d'hôpital à participer à un concours de Haute cuisine?

TN: Je ne travaille dans la restauration hospitalière que depuis six ans. A l'origine, j'ai exercé mes activités dans l'hôtellerie et la gastronomie. De plus, j'ai déjà participé au Cuisinier d'Or il y a 11 ans, et il y a 2 ans j'ai eu l'occasion d'y assister en tant qu'invité.

JD: Ne craignez-vous pas que la durée d'hospitalisation des patients de l'hôpital Bruderholz se rallonge au-delà de la moyenne à cause de la bonne nourriture qu'ils y reçoivent?

TN: (rire) Non, je n'ai aucune crainte à ce sujet. Notre but est de maintenir le séjour des patients à l'hôpital aussi bref que possible, mais aussi le plus agréable possible. Une alimentation saine et savoureuse en fait tout simplement partie.

JD: Quel est votre but en participant au Cuisinier d'Or 2008?

TN: Le seul but d'un concours est de gagner! Mais je suis de l'avis que les 6 finalistes retenus sont déjà des vainqueurs. Si le 7 avril je donne le meilleur de moi-même, je serai déjà content. Et si un autre candidat devait être considéré comme meilleur, ce ne sera pas la fin du monde.

JD: Comment vous préparez-vous au concours?

TN: D'une part je cuisine chacun des mets séparément dans des unités d'entraînement. D'autre part, il s'agit d'assembler les mets en un arrangement. Finalement, j'ai invité samedi passé des collègues de travail à venir juger mon travail et ils m'ont donné de précieux conseils. J'ai aussi prévu des essais dans une cuisine que je ne connais pas, pour me familiariser au contexte du concours. Des repas tests comme ceux sponsorisés par JohnsonDiversey nous mettent dans une situation analogue au concours et contribuent grandement à la préparation.

JD: Quel est votre secret pour gagner la coupe?

TN: Je crois que c'est un mélange d'originalité, de faisabilité et du goût de mes plats.

JD: A votre avis, où se trouve la clé du succès?

TN: Dans le temps! A savoir en tirer le meilleur du temps imparti. Et la manière de s'accommoder d'un environnement étranger. L'entreprise Slavis met à disposition à chaque participant un coin cuisine aménagé sur mesure pour la manifestation. Il s'agit là d'un soutien fantastique.

JD: Un événement de cette catégorie dépend des sponsors. Quelle est l'importance de leur soutien?

TN: La prise en charge par les sponsors est optimale, je dirais même qu'elle est sensationnelle. Tous les désirs sont satisfaits. Le soutien supplémentaire de JohnsonDiversey est un élément important à ma préparation.

Vainqueur du «Cuisinier d'Or 2008»



Pour JD en tant que sponsor, les 6 finalistes sont des vainqueurs. Mais un seul d'entre eux peut prétendre au titre de meilleur cuisinier du pays et gagner le trophée «Cuisinier d'Or de KADI 2008». Devant un millier de spectateurs, les créations de Stéphane Décotterd, chef de cuisine au restaurant «Le Pont de Brent» de Brent, ont convaincu un jury de haut niveau et il a reçu le trophée le plus convoité de la gastronomie suisse. Avec ce prix Stéphane Décotterd gagne également son billet pour Lyon en janvier 2009 où il représentera la Suisse au Bocuse d'Or, le concours de cuisine le plus réputé au monde.

JD: Quelle place prend la dimension hygiénique dans la haute gastronomie et quelles sont les différences avec la restauration collective?

TN: Il y a de grandes différences. Mais cela ne signifie en aucun cas que dans la haute cuisine, la manière de travailler est moins hygiénique! Le risque potentiel augmente avec la quantité et dans un hôpital, c'est d'autant plus déterminé par la faiblesse immunitaire des nos hôtes. Des nettoyages de fond sont effectués minutieusement à intervalles relativement brefs. Je suis content que JohnsonDiversey m'assiste là aussi dans ma tâche.

JD: Monsieur Nussbaumer, merci beaucoup pour cet intéressant aperçu dans cette phase préparatoire du Cuisinier d'Or.



Thomas Nussbaumer, Chef de la gastronomie à l'Hôpital Cantonal Bruderholz à Bâle, en train de préparer un repas-test.

REACH: information importante

Dans le cadre du nouveau règlement REACH sur l'enregistrement, l'évaluation, l'autorisation et les restrictions des substances chimiques, les producteurs européens de parfums ont décidé de réduire leur assortiment et de ne plus produire certains composants et parfums. Nos produits contiennent eux aussi des parfums et nous nous voyons contraints de changer certaines substances odorantes pour certains d'entre eux. Suivant la ligne du REACH – en réduisant la diversité des matières premières qui permet un jugement simplifié des risques – nous avons décidé nous aussi d'harmoniser et de réduire le nombre des parfums dans la composition de nos produits TASKI. Ceux-ci seront produits avec de nouvelles substances odorantes dès le 2^{ème} trimestre de cette année déjà. Les numéros d'article ne vont pas changer. Les produits concernés seront reconnaissables à l'indication «New Perfume» portée sur leur étiquette.



Nous vous remercions de votre compréhension et nous espérons pouvoir compter sur votre soutien dans notre effort d'introduire des produits en adéquation avec les dernières connaissances scientifiques et légales quant aux règlements les plus récents. Nous avons rédigé un feuillet d'information qui vous renseignera de manière simple et claire sur les changements auxquels il faut s'attendre sur les marchés suisse et européen suite aux nouvelles lois REACH. Ce document peut être téléchargé depuis notre site Internet en document PDF.

Hygiène et propreté dans le secteur bains-wellness



Resources d'information: Panorama Resort & Spa Feusisberg

Le wellness de nos jours n'est plus seulement une simple tendance moderne. Le wellness se vit, que ce soit le week-end dans un environnement relaxant ou après une journée intensive de travail.

Le wellness est le reflet d'un besoin qui s'est durablement établi dans les mœurs. Pour que le client revienne dans un établissement, il doit s'y sentir à l'aise. Ce sentiment de bien-être dépend de différents facteurs, tels qu'une atmosphère agréable, d'un personnel aimable et d'installations de wellness modernes mais aussi d'une propreté et d'une hygiène irréprochable, d'odeurs agréables émanant des locaux et de linges et peignoirs impeccables.

Système unitaire et clair

Afin de ne pas se perdre dans la pléthore d'exigences et des besoins des clients ou dans le choix du matériel qui en résulte, un système de nettoyage offre de nombreux avan-

tages en combinant les différentes méthodes avec les bons produits, les appareils et les machines adéquates. Des bons conseils avec des partenaires compétents permettent d'acquiescer une vision d'ensemble. Nos experts en nettoyage comprennent les besoins des clients et ils connaissent les exigences requises par les systèmes et les méthodes et savent en conséquence quels produits choisir.



Notre paquet de nettoyage Wellness se distingue par sa simple compréhension et son application pratique. Chaque méthode de nettoyage avec les produits TASKI vous est présentée visuellement au moyen d'une carte-méthode. Sur ces cartes-méthodes vous pouvez suivre et reconnaître le déroulement du nettoyage en 6 étapes au maximum. Finalement un point de contrôle est affiché comme résultat de nettoyage. En consultant ces cartes, même les nouveaux collaborateurs sont très vite instruits avec des nouvelles méthodes de nettoyage.



FIFA – le foyer de la fédération internationale du football



Ils rayonnent l'un plus que l'autre: Bedri Maralushai (concierge de la FIFA), la TASKI swingo 3500, la coupe à l'arrière plan et le magnifique revêtement de sol en lapis-lazuli du foyer du bâtiment de la FIFA.

Impressionnant et extraordinaire – voilà comment peut être qualifié le nouveau centre de la FIFA, qui regroupe sur un terrain d'une surface de 44'000m² à proximité du zoo de Zurich un centre administratif et de formation, des salles de conférence, un centre logistique et un centre sportif. Avec deux étages sur un rez-de-chaussée et cinq étages sous-terrain, la grandeur effective du bâtiment ne se laisse pas voir, on ne peut que l'imaginer. C'est ici que se rencontrent les représentants des 208 associations membres à l'occasion d'importants meetings et c'est ici aussi que les arbitres de la FIFA sont formés. C'est dans ces locaux également que la FIFA peut poursuivre sa mission de promotion de la relève et d'encouragement à la jeunesse.

La tête du bâtiment regroupe le grand hall d'entrée, l'auditorium (pour 210 personnes), les bureaux du président et du secrétaire général y compris ses sous-sols où sont abrités des salles de conférences et un lieu de recueillement. Dans le corps principal du bâtiment sont logés d'autres bureaux, au sous-sol se trouvent un garage sous-terrain (175 places de stationnement), des locaux de stockage et toute une zone d'infrastructure. Les installations sportives (terrains de jeu en gazon synthétique ou en sable

ainsi qu'un mini terrain) comprennent un centre de fitness avec une salle de séminaire. Le parc généreux dans lequel vient s'insérer le centre marie une végétation locale à des plantes exotiques et reflète ainsi le caractère international des activités de la FIFA dans son rôle d'association centrale et en tant qu'organisatrice de manifestations sportives dans le monde entier.

Noble et fonctionnel

Le caractère représentatif du bâtiment est accentué par l'utilisation de matériaux à la fois sobres et nobles. L'impression de grande qualité qui en émane vient autant de la qualité propre des matériaux que du grand soin porté à leur mise en œuvre. Les couloirs et leurs piliers en acier chromé structurent ce bâtiment tout en longueur et amènent la lumière vers l'intérieur. Du granit brésilien concassé a été utilisé pour les murs et sa variante poncée donne au revêtement de sol l'apparence du lapis-lazuli. «Nous faisons très attention à ce que tout soit toujours parfaitement propre. Le bâtiment de la FIFA doit se maintenir au même niveau d'hygiène et de propreté qu'un hôtel 5 étoiles», déclare Roger Böni, chef des services du bâtiment et des achats. Il est responsable de l'entretien de ce gigantesque complexe et il est assisté dans sa tâche par trois personnes engagées à plein temps ainsi que par 11 autres personnes à temps partiel.

Pour Bedri Maralushai (à droite sur l'image), il est très important de préserver la valeur des différents matériaux nobles et pour cette raison il apprécie grandement les conseils de Guido Huber qui l'informe régulièrement des dernières nouveautés.



Avec le nettoyeur pour vitres TASKI Sprint Glass et le chiffon en micro-fibres Johnmaster pro Window, Célia Marina des services d'entretien du bâtiment n'a aucun problème à enlever rapidement et sans effort les marques de doigt sur les piliers en acier chromé et sur les parois de verre des couloirs.

«L'image que nous offrons à l'extérieur est très importante. Il nous arrive parfois de nettoyer le garage sous-terrain plusieurs fois par jour au volant de l'autolaveuse swingo!»

A chaque étage se trouvent les locaux de nettoyage à gauche et à droite du bâtiment. C'est ici que le personnel d'entretien commence ses rondes avec les pratiques chariots de nettoyage. Pour Roger Böni, le fait que le personnel d'entretien soit formé sur place avec le matériel de nettoyage est un avantage qu'il considère comme nécessaire. «Mon but serait de donner la formation deux fois par année. Les collaborateurs comprennent ainsi à quel point ils peuvent contribuer à préserver la valeur du bâtiment par des dosages raisonnables et une utilisation correcte du matériel.» Compétence professionnelle, grande disponibilité des fournitures, bons produits à prix raisonnable, tels sont les critères qui feront pencher la balance en faveur d'un fournisseur plutôt que d'un autre. «Je suis très content des conseils personnalisés et du soutien que m'offre mon conseiller à la clientèle Guido Huber. La collaboration de longue date avec JohnsonDiversey s'est révélée être un très grand avantage lorsqu'il a fallu effectuer le calcul des coûts de matériel de nettoyage et planifier le budget.»

Nous sommes fiers d'avoir pu contribuer à répondre aux hautes exigences de la FIFA et nous nous réjouissons d'autant plus des prochains championnats d'Europe de football!