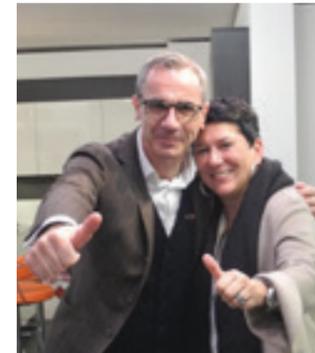




*Meilleurs voeux 2019*

## EDITORIAL



Chères collaboratrices,  
Chers collaborateurs,

Nous vivons un changement en valeur et un développement éclatant au plus près de notre clientèle. Ce dessein de se réinventer constamment fait qu'aujourd'hui, notre organisation nous permet de nous adapter précieusement à l'économie locale et nationale.

Nous devons apprendre à connaître nos clients et nos partenaires, proposer des produits adaptés à leurs désirs et tenir compte du fait qu'ils sont très sensibles aux prix et aux services.

Pour nous, le sens des valeurs et des devoirs est primordial. Pour preuve, depuis plusieurs années, nous nous sommes engagés dans la vie sociale, culturelle et sportive du canton.

Gérer une progression constante en fait des embûches, celle d'une certaine complaisance et celle de se reposer sur ses succès. Nous n'avons jamais considéré notre croissance comme un but mais comme une étape indispensable.

Pour réussir, il faut tracer la direction, colorier l'harmonie et se lancer. C'est le devoir d'une direction qui veut réussir, qui perçoit une vision, qui conserve un horizon et reste fidèle à elle-même. Pratiquer ce que l'on maîtrise et éviter d'être emporté aux cris des sirènes sont des valeurs indispensables. Il faut créer, innover et communiquer en permanence pour être efficace dans ce monde en constant mouvement.

Nous nous plaisons à relever les réorganisations effectuées en 2018 à savoir le rachat d'une société ainsi que l'extension de nos activités sur le net. A cet effet, le défi à relever a été double : choisir la bonne stratégie et les changements à effectuer, mais aussi s'assurer que ces changements sont acceptés et adoptés par la majorité de nos collaborateurs. Il est nécessaire que notre culture d'entreprise évolue pour épouser la nouvelle structure et assurer la réussite. Mais surtout, mettre l'humain au centre du processus, le respecter, le remercier, lui permettre de communiquer ses émotions. D'ailleurs, le sourire de nos clients et de nos collaborateurs est un indicateur du bon fonctionnement de notre société.

Ce message est pour nous l'occasion de remercier et relever le travail inestimable accompli par nos collaboratrices et nos collaborateurs qui sont la force et l'essence vital du Centre Riesen. Par leur énergie collective et la mise en valeur de leur capital intellectuel, ils font progresser notre société où ils ne sont pas spectateurs mais acteurs.

La fête de Noël est une belle occasion de vous redire tout notre attachement et souhaiter que vos rêves se réalisent en 2019...

*Christian & Pascale*

*Lisa Gauthier a le plaisir de partager sa passion pour les chevaux...*

**Pour ce 14<sup>ème</sup> numéro de notre journal interne, Lisa Gauthier, en 2<sup>ème</sup> année d'apprentissage d'employée de commerce au sein de l'administration qui nous explique son amour pour les chevaux.**

### LISA EN QUELQUES MOTS

- > Âgée de 16 ans
- > Habite à Formangeires
- > 2 soeurs, Fanny (15 ans)  
Roxanne (18 ans)
- > Passion pour les chevaux
- > Apprentie au Centre  
Riesen depuis 2017

Lisa habite le petit village de Formangeires avec ses parents et ses deux soeurs, Fanny âgée de 15 ans et Roxanne, jeune majeure de 18 ans. Son papa, Daniel, est professeur à l'EPC et sa maman, Laetitia, donne des cours d'équitation.

Avec le métier de Laetitia, Lisa a de la chance ; elle a grandi avec les chevaux depuis toute petite. Elle raconte même qu'elle commençait déjà à monter lorsqu'elle était dans le ventre de sa mère.

Cette passion pour ces équidés est née dès sa plus tendre enfance. Grâce à la profession de sa maman, ils ont une écurie avec quatre chevaux qui leur appartiennent et deux en pension. «C'est-à-dire qu'on s'en occupe, mais nous ne sommes pas les propriétaires.», précise Lisa.



Omar alias Momo - mâle, 7 ans



Héron - mâle, 23 ans  
Le cheval préféré de sa soeur, Fanny.

La rubrique **PORTRAIT** met en évidence un collaborateur de l'entreprise dans sa vie professionnelle et/ou extra-professionnelle. Cette rubrique offre un regard sur une activité parfois discrète ou quelque peu méconnue exercée par ceux que nous côtoyons quotidiennement. C'est Lisa Gauthier, apprentie employée de commerce à l'administration – qui est à l'honneur dans ce numéro.

## PORTRAIT



Lanzada - femelle, 11 ans  
Le cheval que je préfère monter.



Calinco - mâle, 18 ans  
Le poney de sa soeur, Roxanne.

Le premier cheval de Lisa se nommait Wopity. Sa maman l'avait acheté jeune pour le former. Agée de tout juste 7 ans, Lisa montait déjà sans la longe. Ayant grandi avec cet hongre, une grande relation de confiance s'était construite au fil des années entre l'animal et l'enfant.

*Anecdote : Vers l'âge de 10 ans, Lisa suivait de temps à autre les cours de sa maman. Les élèves la jalouaient car elle était la seule à pouvoir monter Wopity sans jamais tomber. Véritable tête de mûle, elle était aussi une des seules à le faire partir au galop. «Il m'écoutait toujours.», précise Lisa.*

L'équitation est la technique de la conduite du cheval sous l'action humaine. Elle peut être pratiquée comme un art, un loisir ou un sport. Dans cette discipline, l'être humain a pour partenaire un équidé, le plus souvent un cheval ou un poney. Le mot provient du latin equitare, qui signifie « aller à cheval ». Monter à cheval n'est pas sans risque. Lisa peut en témoigner. Un jour, un cheval a pris peur face au moteur d'un tracteur. Il s'est mis à galoper pour sortir du manège, malheureusement, Lisa est passée par-dessus la barrière. Résultat : clavicule fracturée et cartilage du poignet décollé.



Sa maman, Laetitia, participe aussi à des compétitions. Cette année, elle a remporté le titre de Championne Suisse de la plus haute catégorie lors d'un Horse Challenge. Le Horse Challenge se pratique à pied ou monté et a pour but de promouvoir le plaisir dans la relation avec le cheval ainsi qu'une formation équestre harmonieuse, sans pression ni contraintes, dans le souci de préserver ou de développer tant la santé physique que le mental de l'animal.

Laetitia, une femme au grand coeur, s'investit auprès d'enfants en situation d'handicap et partage, avec eux, sa passion à travers des cours d'équitation adaptés. Lisa, sensible à cette cause, aide régulièrement sa maman lorsqu'elle le peut.

Tant qu'elle le pourra, Lisa continuera de monter à cheval pour assouvir sa grande passion.

*Laura*



La rubrique ACTUALITE se penche sur des faits récents qui touchent de près ou de loin le Centre Riesen, que ce soit dans sa globalité ou plus spécifiquement l'un de ses départements. Il peut s'agir de changements de réglementation, d'agissements de nos concurrents, de bouleversements économiques, etc.

### *Mobilité Internationale et Gestion des Talents. Les Nouvelles Tendances.*

La demande de gestion de la mobilité au sein des entreprises au travers d'une approche globale et intégrée n'a peut-être jamais été aussi forte. S'il n'est aucun doute que l'expatriation représente un changement majeur dans la vie des salariés qui s'essaient à l'expérience, les entreprises visent, depuis plusieurs années, à mieux contrebalancer les potentiels effets négatifs que la mobilité peut avoir sur la vie du salarié et de sa famille mais aussi leurs impacts sur les résultats de l'entreprise.

Depuis toujours, l'expatriation est accompagnée de sentiments complexes : quitter sa zone de confort, quitter son quotidien pour explorer de nouveaux lieux, souvent inconnus, s'immerger dans un nouvel environnement géographique et culturel pour rencontrer de nouvelles personnes.

Les jeunes générations de salariés, surdiplômés, ainsi que le phénomène de la génération des «Millenials» dans une large mesure sont notamment à l'origine de nombreux bouleversements en cours. Ces transformations poussent les dirigeants à repenser les systèmes de rémunération, de récompenses avec comme arrière-plan une « guerre des talents » qui fait rage. Il ne s'agit plus uniquement d'attirer les talents, il faut les motiver, les développer, les récompenser et les retenir. Au cours des dernières années, le lien entre Talent et Mobilité n'a fait que s'accroître et tend à son paroxysme : Les acteurs de la branche le confirment : trop souvent sous-estimée, la stratégie «Mobilité» doit épouser la stratégie «Ressources Humaines» globale qui elle, s'inscrit dans la stratégie de la compagnie.

Dans un monde aussi global et digital, le constat est sans appel. Les besoins et aspirations du salarié d'aujourd'hui ne sont plus les mêmes que ceux de la précédente génération. La population d'employés est maintenant plus diverse qu'avant : âge, génération, genre. La nouvelle génération est en quête d'un «idéal», un «purpose», qui sort du simple cadre de la position hiérarchique, du statut ou de l'aspect financier...

Cet «idéal» peut s'illustrer par le schéma ci-dessous. «Ikigai» est l'équivalent japonais de la «joie de vivre», de «la raison d'être». Le fameux «idéal» précité.



Cette quête de l'idéal va pousser l'individu à s'identifier et s'approprier sa compagnie, sa culture, ses valeurs, sa vision. Engagement, motivation et satisfaction en sortiront vainqueurs.

Conséquences pour la Mobilité ? Plus uniquement liée aux «simples» conditions salariales, aux avantages en nature et autres destinations géographiques, etc. La Mobilité sera influencée par cet «idéal».

La clé du succès pour les organisations, les équipes de «Ressources Humaines» mais aussi pour les managers sera de composer avec des talents de manière plus personnalisée. L'accent sera mis sur l'individu. Les anglo-saxons appellent cela, le «EX», «l'expérience-employé/e».

L'expatrié «moderne» souhaite une expérience plus globale, plus mondiale, plus mobile, sans frontières, plus rapide et flexible avec un accès à des outils technologiques performants.

Quelle est la définition d'une expatriation réussie ? Tout dépendra de l'audience...

Une récente étude menée par NetExpat et EY sur les «conjoint(e)s d'expatrié(e)» montre qu'en 2018, la «Gen Y» ou «Millennial» représente environ 50% de la main d'œuvre mobile dans le monde. Parmi cette génération, 90% des couples sont professionnellement les 2 actifs. Il y a une forte pression sur les compagnies d'offrir une assistance au «conjoint(e)s d'expatrié(e)».

Toujours selon cette étude, plus de 90% des multinationales offrent de l'assistance au «conjoint(e)s d'expatrié(e)». Chaque individu étant différent, la perception de la valeur que l'individu porte à l'avantage en nature, support/assistance diffère d'un individu à l'autre.

L'étude précitée mentionne que 71% des sociétés cite que la raison principale de l'échec d'une expatriation est due à un «conjoint(e)s d'expatrié(e)» mécontent(e) et pas/peu impliqué(e) dans le processus.

Prenons l'exemple d'une employée, cadre dynamique, stratège en marketing et mère de famille. Son employeur désire l'exposer à de nouveaux marchés, de nouveaux produits et de nouvelles équipes dans son hub basé en Asie. Cette employée va devoir performer tout en appréhendant un nouvel environnement géographique, culturel et social. Il va de soi que certains aspects doivent être sous contrôle rapidement, tels que : le quartier d'habitations, l'écolage des enfants (ie. qualité d'enseignement, proximité domicile/travail), le type d'habitation et la flexibilité de son agenda...L'attention et l'assistance apportée au conjoint/partenaire (cours d'intégration culturelle, cours de langue, réseautage, «outplacement») seront également un facteur de succès de la mission.

Un jeune «Millennial», fraîchement diplômé de l'université, ayant grandi avec les technologies digitales, complètement intégrées dans un monde en perpétuel mouvement sera friand de nouvelles expériences et de nouveaux challenges «court-terme». Constamment mobile et connecté avec un «work-life balance» en adéquation avec les technologies actuelles, il aura fait de sa mobilité, une simple «routine».

Les 2 exemples ci-dessus montrent très clairement que le monde de la Mobilité doit évoluer et s'adapter. De nouveaux types d'expatriation ont fait et feront surface. Evolution et adaptation auront divers impacts : de nouvelles «policies», plus innovantes, plus flexibles, feront leur apparition, les stratégies de rémunération et d'avantages en nature dites flexibles seront les nouveaux standards. Plus uniquement basées sur des éléments payés «cash», elles se devront de correspondre à ce fameux «idéal» précité.

## ET AU CENTRE RIESEN...

Bien que le Centre Riesen ait des envies d'expansion, pas de panique, la Direction n'a pas prévu d'ouvrir un magasin outre frontière.

### La Direction

Source : <https://www.hrtoday.ch>

### Chronique du personnel

#### ARRIVÉE

C'est au début du mois d'octobre que Samuel CLÉMENT a rejoint le team du département *Cuisine & Habitat* de Bulle.



**Samuel CLÉMENT**  
Technico-commercial  
*Cuisine & Habitat, Bulle*

Après avoir terminé le CO, Samuel est parti en Suisse-Allemande faire une 10<sup>ème</sup> année linguistique à St.-Gall. Ensuite, il a fait un apprentissage de menuisier sur 4 ans, avant d'être engagé dans une entreprise pour l'aménagement de leurs nouveaux locaux. Samuel a ensuite poursuivi dans cette même société dans plusieurs secteurs différents, il a notamment collaboré 2 ans avec Eric Mugny, 2 ans avec David Rossier et 3 ans avec Sandrine Gendre. Les deux dernières années, Samuel était chargé de dessiner des plans, faire des offres, s'occuper des commandes, etc.

Samuel est ravi d'intégrer l'équipe de Bulle et de retrouver d'anciens collègues.

> Une personne que tu admires : « David Rossier »

> Ce qui t'effraie le plus : « Ma mère en colère !!! »

> Un souvenir d'enfance heureux : « Du ski, du ski et encore du ski... »

> Un coin de paradis : « Un coin de bar, bien accompagné... »

Cet automne, nous avons aussi accueilli Thierry GIRAUD au sein du département *Autoteknika* de Fribourg.



**Thierry GIRAUD**  
Technico-commercial  
*Autoteknika, Fribourg*

Pour ceux qui ne connaissent pas encore Thierry, il a effectué son apprentissage de gestionnaire du commerce de détail dans le même secteur au Centre Riesen. Après avoir obtenu son CFC en 2016, il a fait son école de recrue à Dailly. Puis, Thierry a travaillé durant 13 mois chez l'entreprise Meier-Tobler à Corminboeuf en tant que collaborateur profi-shop (pièces sanitaires et chauffage).

Après cette nouvelle expérience professionnelle, c'est avec grand plaisir que Thierry rejoint à nouveau les collaborateurs d'*Autoteknika* à Fribourg.

> Un coin de paradis : « Le Stade Vélodrome à Marseille, allez l'OM ! »

> Ce que tu ferais avec un gros pactole : « Retourner au Costa Rica »

> Une musique que tu aimes écouter : « Eminem - lose yourself »

> Ce qui t'insupportes le plus : « Le Paris Saint-Germain »

La rubrique VIE DE L'ENTREPRISE s'articule autour de plusieurs thèmes qui ponctuent le quotidien du Centre Riesen. Des nouveaux collaborateurs aux jubilés en passant par les rétrospectives d'évènements, chaque épisode mérite d'être relevé. Nous ne manquons pas non plus de vous tenir informés sur les dates importantes à retenir. Cet espace se concentre en outre sur des projets internes à l'entreprise.

ANNIVERSAIRES

25 décembre  
**Claude-Alain MICHEL**  
Autoteknika

18 janvier  
**Nicole GAUCH**  
Autoteknika

5 février  
**Sandro SILVA**  
Electroménager

25 décembre  
**Noël BUGNARD**  
Cuisine & Habitat

21 janvier  
**Adrien BUCHER**  
Autoteknika

6 février  
**Lisa GAUTHIER**  
Administration

1<sup>er</sup> janvier  
**Yohannes NEGASH**  
Cuisine & Habitat

22 janvier  
**Eric MUGNY**  
Cuisine & Habitat

13 mars  
**Samuel CLÉMENT**  
Cuisine & Habitat

4 janvier  
**Christiane BOURGKNECHT**  
Cuisine & Habitat

25 janvier  
**Julien HAYOZ**  
Autoteknika

21 mars  
**Laura CRAUSAZ**  
Communication & Marketing



BON ANNIVERSAIRE

Rétrospectives d'événements en photo...

LA CANTONALE DU 5 AU 14 OCTOBRE 2018



Malaise de Christian suite à la découverte des prix de nos actions à La Cantonale 2018 !  
Pas de panique, Pascale lui a porté secours.  
Tous deux vont bien !





COMPTOIR DE PAYERNE DU 2 AU 11 NOVEMBRE 2018





JOURNÉE DES CADRES, LE 16 NOVEMBRE 2018



Escape Game  
Salle Ocularis  
Xcape à Marly  
60 minutes  
pour sortir  
de la pièce...  
Très bonne  
expérience !

BLACK FRIDAY DU 23 AU 25 NOVEMBRE 2018



Cette fois, c'est au tour de Pascale ! Grand malaise après avoir découvert les prix du Black Friday !

## Calendrier

20 décembre 2018

**Apéritif de Noël et traditionnelle tombola**

*Cuisine & Habitat, Electroménager, Autoteknika, Administration*

27 décembre 2018, 16 et 30 janvier 2019, 13 et 27 février, 13 mars

**Action Day**

*Autoteknika*

Du 3 janvier au 2 février 2019

**Soldes**

*Electroménager*

25 janvier 2019

**Souper d'entreprise**

*Cuisine & Habitat, Electroménager, Autoteknika, Administration*

19, 20 et 21 mars 2019

**Encarté Printemps**

*Electroménager*



## Notre charte éthique et ses valeurs

### AVANT-PROPOS

Depuis plusieurs années, le Centre Riesen vit une solide histoire de croissance qui lui permet de consolider le capital le plus important : la confiance. Les succès encouragent le Centre Riesen à progresser.

Comprendre, préparer ou imaginer l'avenir est une préoccupation humaine. Plus une entreprise est ouverte aux idées «neuves», moins le maintien de la compétitivité lui coûtera. C'est vrai, il ne sert à rien de se prévaloir des succès passés, ce qui importe, c'est la capacité de se remettre en cause, d'innover et de créer. Il faut donc de l'audace...

Se conduire avec éthique implique que nous nous conformions tant à l'esprit qu'à la lettre des lois et des réglementations qui s'appliquent à nos divers secteurs d'activités. Cela signifie également que nous respectons les valeurs de l'entreprise et les principes directeurs de sa charte éthique.

Dans cette charte, nous affirmons notre volonté de respecter les standards les plus exigeants en matière d'éthique. La charte éthique contient les principes utiles à chacun d'entre nous pour savoir comment se conduire avec courage et confiance, même dans les situations difficiles. Cette charte a pour objectif d'encourager le respect.

Faire preuve d'éthique dans nos activités professionnelles n'incombe pas uniquement à la direction et aux cadres de l'entreprise ; c'est l'affaire de tous, à tous les niveaux de notre organisation. A chacun de nous de veiller à ce que sa conduite soit toujours conforme à cette charte.

Cette charte ne peut bien sûr pas couvrir toutes les situations professionnelles ni tous les domaines d'activité de la société. En dernier recours, pour décider de la conduite adéquate, n'hésitez pas à solliciter les conseils de vos supérieurs, de vos collègues, avant de vous en remettre à votre propre jugement.



### NOS VALEURS : DES FONDAMENTAUX

Un ensemble de valeurs communes régit le fonctionnement du Centre Riesen et de ses collaborateurs. Ces valeurs sont l'héritage vivant de notre histoire et de notre identité. Dans ce dernier numéro de l'année, c'est « LA SIMPLICITÉ » et « L'INDÉPENDANCE » qui sont mises en avant ci-après.

#### LA SIMPLICITÉ

La simplicité est une valeur fondamentale exprimant la personnalité et le style du Centre Riesen; c'est grâce à elle que nous fournissons à nos clients des solutions efficaces et des résultats pragmatiques. C'est également une philosophie d'entreprise : nos processus et notre structure simples accélèrent la prise de décision, nous permettant de transformer nos idées en résultats dépassant les attentes.

#### L'INDÉPENDANCE

L'indépendance est la pierre angulaire de notre stratégie. Que ce soit en matière de gouvernance d'entreprise, de politique de partenariats, de réflexions, de solutions, nos décisions sont toujours guidées par la volonté d'assurer la pérennité de notre modèle d'activité, la maîtrise de notre futur ainsi que le libre choix des meilleures options pour nos clients et nos collaborateurs.

### METTRE EN APPLICATION LA CHARTE ET LES VALEURS

Chacun d'entre nous doit connaître et comprendre non seulement les politiques et les directives du Centre Riesen, mais aussi les valeurs qui en forment le socle. C'est la première étape avant de mettre en application la charte et les valeurs. Ensuite, comment savoir prendre la « bonne » décision à chaque fois que nous sommes confrontés à des questions ou des dilemmes déontologiques ?

Voici quelques conseils :

- > **Comprendre** la charte éthique et les valeurs de la société, et les faire siennes.
- > **Montrer l'exemple**, en se conformant à l'esprit et à la lettre de la charte et en agissant toujours conformément à l'éthique, même lorsque certaines alternatives semblent plus faciles ou plus opportunes.
- > **Comprendre et agir** conformément au règlement du Centre Riesen et aux normes professionnelles.
- > **Veiller à ne pas** faire passer son propre intérêt avant celui de la société lors de l'exercice de son métier.
- > **Mener ses tâches et son activité professionnelle** dans le respect de la loi et avec intégrité.
- > **Former ses subordonnés**, lorsque c'est nécessaire, pour que la charte soit correctement comprise et partagée.
- > **Solliciter de l'assistance, des conseils ou des explications** sur les questions éthiques épineuses.
- > **Créer un environnement de travail** favorisant une communication franche, ouverte et constructive sur toutes les questions professionnelles, notamment en permettant à chacun de poser des questions, de faire des suggestions, de signaler les erreurs et les fautes sans peur ou représailles.

La Direction



La rubrique A L’AFFICHE a pour but de présenter en détail un produit innovant proposé par l’un de nos secteurs d’activité ou alors un projet voire une réalisation importante impliquant les collaborateurs de l’entreprise. Cet espace vous permet ainsi de découvrir les composantes majeures des départements différents de celui auquel vous appartenez.

### *La folie du Black Friday...*

**Le Black Friday est une grande opération de vente à des prix cassés qui se déroule chaque année le dernier vendredi du mois de novembre. L’évènement shopping est né aux Etats-Unis en 1932. Il existe plusieurs versions sur l’histoire et l’origine du Black Friday.**

Le concept du Black Friday est né aux États Unis et s’est développé à partir de la célébration de Thanksgiving. L’Histoire du Black Friday c’est l’évolution de ce week-end prolongé de novembre marqué par une journée de promotion qui deviendra le “Vendredi Noir”. Le Black Friday deviendra aussi le jour de lancement des campagnes publicitaires de Noël en Amérique et maintenant dans la plupart des pays du monde.

Il existe plusieurs versions relativement peu documentées sur la véritable origine du concept, mais c’est bien Thanksgiving qui en est l’incubateur le plus pertinent dans l’histoire du Black Friday. Moment historique de célébration outre atlantique que les commerçants se sont approprié et ce, afin de redynamiser le commerce.

Par ailleurs, la chaîne de distribution américaine Macey’s utilisait à cette époque, la grande parade populaire annuelle de Thanksgiving, pour lancer ses campagnes de publicité pour la saison de Noël. Quelques années plus tard, les mouvements des foules et autres embouteillages qui se formaient durant ce weekend prolongé étaient commentés comme le Black Friday et Black Saturday par les services de la ville de Philadelphie.

Malgré des tentatives de changer pour un nom plus positif comme le Big Friday, c’est Black Friday qui est resté.

C’est au cours de la dernière décennie que le Black Friday est devenu un phénomène mondial en devenant une grande journée de promotion, départ en date des achats de Noël.

## CHRONOLOGIE : DE THANKSGIVING À BLACK FRIDAY

Vous trouverez, ci-dessous, les dates clés de la naissance du mouvement.

**1789** : Le premier Congrès fédéral des États Unis d'Amérique a adopté une résolution demandant au président des États-Unis une recommandation sur une date officielle de célébration de Thanksgiving. Quelques jours plus tard, le président George Washington proclamait le jeudi 26 novembre 1789 le «Day of Public Thanksgiving». Pour la première fois l'évènement était célébré en vertu de la nouvelle Constitution du pays. Les présidents suivants ont publié des proclamations de Thanksgiving, mais les dates et même les mois des célébrations variaient.

**1863** : Proclamation du Président Abraham Lincoln, Thanksgiving sera commémoré régulièrement chaque année le dernier jeudi de novembre.

**1930** : Les années suivantes la grande dépression, le secteur de la distribution vivait des moments difficiles. C'est au cours de cette période que les parades populaires, organisées durant le weekend de Thanksgiving, ont servi de support au distributeur Macey's pour lancer sa campagne publicitaire des achats de Noël.

**1939** : Cette année là, le dernier jeudi de novembre tombait le dernier jour du mois. Préoccupé par le raccourcissement de la saison commerciale de Noël qui pourrait freiner la reprise économique, le Président Franklin D. Roosevelt a publié une Proclamation présidentielle qui a permis à Thanksgiving de passer à l'avant dernier jeudi de novembre. À la suite de la proclamation, 32 États ont publié des proclamations similaires, tandis que 16 États ont refusé d'accepter le changement et ont proclamé que Thanksgiving devait être le dernier jeudi de novembre. Pendant deux ans, Thanksgiving était célébrés deux jours différents selon l'état, sauf au Texas où il était fêté 2 fois.

**1970-80** : La campagne de repositionnement "Big Friday" en faveur des commerçants des années précédentes a véritablement échoué, c'est le Black Friday qui restera avec la naissance du récit de la couleur de l'encre utilisée par les détaillants dans leurs livres comptables. À savoir le noir (Black) pour les profits et l'encre rouge pour indiquer les pertes. Cette histoire est la plus citée parmi les médias dans le monde entier encore aujourd'hui, mais aussi la moins documentée.

**2002** : Cette année-là, pour la première fois, les ventes du Black Friday dépassent celles du Samedi précédant Noël aux États Unis. Le distributeur leader Walmart a lui oublié Thanksgiving et concentre dorénavant ses opérations commerciales sur le Black Friday avec des horaires aménagés en magasin.

**2005-2010** : Le phénomène Black Friday sort des frontières de l'Amérique du nord et voit le jour au Brésil, puis l'Allemagne, et bien d'autres pays. Le mouvement prend de l'ampleur et accélère l'utilisation grandissante du web et de la vente en ligne.

**2014** : En Suisse c'est Manor le puissant distributeur, qui lance sa première opération nationale Black Friday avec des promotions exceptionnelles disponibles uniquement le dernier vendredi du mois de Novembre.

## A L'AFFICHE

**2017** : Le Black Friday a conquis les commerçants européens, la France, l'Espagne, les Pays-Bas, etc. En Suisse, la plateforme [swiss.blackfriday](https://swiss.blackfriday) a estimé les ventes en ligne 2017 à plus de CHF 80 Millions réalisés par les commerçants durant le week-end du Black Friday

### LE BLACK FRIDAY EN SUISSE

C'est une période très courte de shopping qui mobilise chaque année plus de consommateurs et de commerçants pour plusieurs raisons :

> C'est d'une part une tradition Américaine qui célèbre la dernière grande fête de l'année avant Noël.

> Historiquement, les ventes du Black Friday donnent le départ des achats de Noël qui se poursuivra tout au long du mois de décembre.

> L'émergence du e-commerce et des achats en ligne, a amplifié le phénomène Black Friday puisque cette période permet aux e-commerçants d'acheminer les commandes avant Noël.

> En Suisse et en Europe, les périodes de solde séduisent de moins en moins depuis quelques années.

Là encore, les commerçants en ligne ont tendance à effectuer d'avantage de promotions tout au long de l'année, ce qui a pour effet de diminuer l'intérêt des soldes.

### LE BLACK FRIDAY AU CENTRE RIESEN

Le Centre Riesen a participé pour la première fois au Black Friday en 2017. La deuxième édition qui s'est déroulée du vendredi 23 novembre au dimanche 25 novembre 2018 a obtenu de bons résultats, dont nous sommes satisfaits. Rendez-vous le 29 novembre prochain pour une troisième édition!

Laura

source : <https://swiss.blackfriday>



La rubrique BONS PLANS est conçue par et pour les collaborateurs de l'entreprise. Il s'agit d'un espace au sein duquel chaque collaborateur peut – par l'intermédiaire de la responsable de la communication – échanger diverses informations utiles pour la vie personnelle. Il peut s'agir de bons plans (co-voiturage, baby-sitting, etc.), d'annonces à propos de biens ou de services, de propositions de recettes, de coups de cœurs (livres, lieux, etc.).

### *Nouvelle an 2019*

Qu'avez-vous prévu pour dire bye bye à l'année 2018 ? Alors que cette question taraude tous les esprits, voici quelques idées de sorties pour un Nouvel An réussi.

#### > Réveillon à Schwarzsee

En guise d'amuse-bouche, optez pour une combinaison «fondue & luge nocturne» au Bärghuus Riggisalp, une balade autour du Lac Noir ou encore une visite empreinte de magie dans le Palais de glace. Place ensuite aux festivités avec la descente aux flambeaux depuis la Riggisalp (22h30), les animations musicales (22h30-1h) et prolongations au Gypsi-Bar (jusqu'à 2h) !

#### > Croisière de la Saint-Sylvestre sur le Léman

Quoi de plus original que de se souhaiter une heureuse année cheveux au vent en admirant les rives illuminées du Léman? La CGN vous a concocté un programme de fête : succulent menu, coupe de champagne, feux d'artifice qui se reflètent sur le lac et ambiance musicale... Embarquement à Lausanne (19h), Vevey (19h30), Montreux (20h05), Le Bouveret (20h35) et Genève (19h30) / Adultes CHF 249.-, enfants (13-16 ans) CHF 179.-, (6-12 ans) CHF 119.-, vins et boissons à discrétion.

#### > Nouvel An à Crans-Montana

Sur la place de Montana jouxtant le Centre de glace Ycoor, animations et stands insuffleront une ambiance du tonnerre dans la station de Crans-Montana, tandis qu'un spectaculaire feu d'artifice peinturlura le ciel à l'heure de passer le cap (23h-1h30, gratuit).

Laura

Source : <https://www.loisirs.ch>



*Chères et chers collègues,  
Je profite également de l'occasion pour vous souhaiter à toutes et à tous  
de belles fêtes de fin d'année et vous adresse mes meilleurs voeux pour 2019 !  
Laura*

## REDACTION

*Cette édition vous a plu ?  
A-t-elle répondu à vos attentes ?*

**Vos commentaires, idées et suggestions sont les bienvenus. Proposez des sujets qui vous intéressent afin de nourrir les prochains numéros.**

**Contact**  
Laura Crausaz  
T. +41 (0) 26 460 86 49  
T. interne : 235  
laura.crausaz@centre-riesen.ch

**Prochaine édition**  
25 mars 2019

**Impressum**  
Editeur : Centre Riesen SA  
Conception/rédaction/création/mise en page : Laura Crausaz  
Photos : Fotolia, Google, Centre Riesen SA  
Impression : Centre Riesen SA

---

# centre **RIESEN**

Fribourg | Bulle | Payerne

**R.I.** Electroménager

[www.centre-riesen.ch](http://www.centre-riesen.ch)      [shop.centre-riesen.ch](http://shop.centre-riesen.ch)

---

Fribourg | Bulle **auto**  
**TEKNIKA**  
by centre **RIESEN**

[www.autoteknika.ch](http://www.autoteknika.ch)

# centre **RIESEN**

---

Fribourg | Bulle | Payerne

**R.I.** Electroménager

Fribourg | Bulle **auto**  
**TEKNIKA**