Le gérontologue et la télécommunication

Reto Weber, diplômé d'un CAS (Certificat d'études avancées) de l'Université de Zurich en gérontologie et Gestionnaire de produits senior chez Swisscom, se présente lors d'un entretien avec Hans Rudolf Schelling et présente son activité professionnelle dans la branche des télécommunications.

Hans Rudolf Schelling : *Monsieur Weber, quel est votre parcours professionnel et quel rapport cela a-t-il avec votre activité en gérontologie ?*

Reto Weber : j'ai suivi une formation de Technicien des communications (en école technique), ensuite de Technicien économique (en école technique), puis Executive MBA avec matières principales Management général et plan de développement et naturellement le CAS en gérontologie de l'Université de Zurich.

Depuis le 1er novembre 2010, j'ai eu l'opportunité de créer le nouveau domaine SmartLife Care.

Swisscom n'avait à cette époque qu'une alarme à distance comme solution d'urgence. Depuis, l'alarme à distance a été supprimée et une nouvelle gamme unique de produits a vu le jour.

Avec Swisscom SmartLive Care, nous développons des systèmes pour plus de sécurité et donc de qualité de vie pendant la vieillesse. Nos clients cibles sont des personnes qui ont une longue expérience de la vie et qui se trouvent en général dans la 3e et surtout dans la 4e période de la vie. D'une part, il s'agit de comprendre les besoins de ces personnes et d'appliquer des solutions qui apportent une plus-value à ces personnes et naturellement à Swisscom également. Swisscom garantit la durabilité. Et ceci inclut également le fait que nous apportons des solutions à nos clients qui favorisent une vie autonome même à un âge avancé.

Vous avez suivi une formation continue en gérontologie à l'Université de Zurich. Comment en êtes-vous venu à la gérontologie ?

Il y a 7 ans, j'ai changé de direction professionnelle et cette formation professionnelle me tenait à cœur. Je l'ai suivie avec plaisir et j'étais un peu le « drôle de spécimen de la classe ». Après coup, la période du diplôme CAS était un défi particulier puisque en même temps mon fils luttait pour sa vie en néonatalogie. Les deux se sont heureusement bien terminés. Chez mon employeur actuel, on ne connaissait pas cette formation, mais elle m'a sûrement beaucoup aidé à obtenir ce poste.

Y'a-t-il des contenus de cette formation continue dont vous avez pu profiter en particulier pour votre activité actuelle ?

Je profite énormément de cette formation. Elle m'a donné un important aperçu de mes clients cibles et a élargi de beaucoup mon horizon et la compréhension des évolutions et des besoins, en ce qui concerne les conséquences démographiques également. Dans les conférences spécialisées ou les présentations, les auditeurs sont en partie surpris de voir que chez Swisscom les employés travaillent avec une telle

formation. En plus, je comprends mieux beaucoup de choses justement chez les clients institutionnels, par exemple lorsqu'ils utilisent des termes techniques et des abréviations.

Quelle place occupe la gérontologie dans votre profession ? Les connaissances en gérontologie sont-elles « un plus » ou sont-elles indispensables ?

Reto Weber : Je crois que ces connaissances sont indispensables pour mon travail, qu'elles me permettent d'arriver tout simplement plus rapidement au but. Dans le monde économique « normal », on ne connaît souvent pas ce type de formation et sa plus-value. Mais cela va venir. Je suis convaincu qu'il existe d'autres domaines professionnels qui tireront profit de ce savoir tôt ou tard. Et je pense aux banques, aux assurances ou aux entreprises comme Migros et Coop.

Quel est votre groupe cible ? De quelle façon les personnes âgées tirent-elles profit de votre activité ?

Reto Weber : Mes clients cibles sont les personnes âgées. Je place toujours ces personnes au centre de mes nouveaux développements et j'essaie de répondre à leurs souhaits. Par exemple, nous essayons de concevoir les produits de sorte qu'ils puissent être mis en service par les utilisateurs de manière autonome ou par leurs proches. Ils peuvent choisir entre l'achat ou la location, entre différents abonnements et différentes couleurs. Le client doit obtenir ce qu'il souhaite et ce qui lui est le plus utile. En ce moment, nous sommes en train de transformer le fameux « bouton rouge » en un bijou. Les premières ébauches sont là.

Le marché de ce type de produit s'accroît énormément. Peut-être pas aussi rapidement que je le souhaiterais, mais sa croissance est toute tracée. Et lorsque ce développement aura atteint son apogée, j'appartiendrai moi aussi au groupe cible. Reste donc la question de savoir si je trouverai les produits si attrayants que moi aussi je voudrai les utiliser ?

Reto Weber a répondu aux questions de Hans Rudolf Schelling, Directeur du Centre de Gérontologie (ZfG) de l'Université de Zurich.

Reto Weber est Gestionnaire de produits Senior SmartLife Care chez Swisscom (Schweiz) AG.

Contact :

reto.weber1@swisscom.com

Légende : *Reto Weber avec les produits actuels et les prototypes de Swisscom SmartLife Care*