Bold
by Veuve Clicquot

Bold Conversation 2026 à Zurich : Veuve Clicquot met à l'honneur la transmission entrepreneuriale à travers trois duos inspirants



© Remy Steiner Photography

Zurich, 19 novembre 2026. Ce fut une matinée de paroles sincères et de transmission : sous le thème « Transmission into Entrepreneurship », la Maison Veuve Clicquot a convié le 17 novembre 2026 à la Bold Conversation 2026 au Restaurant Terrasse à Zurich. Une cinquantaine d'invités issus de la communauté Bold, du monde économique suisse et des médias ont assisté aux échanges de trois duos sur la succession, la reconnaissance et le mentorat. Leur point commun : les modèles inspirent le plus lorsqu'ils parlent aussi de leurs doutes, de leurs détours et de leurs échecs.

« Bold est porté par une communauté qui s'est agrandie au fil des années. Celles qui ont été distinguées restent membres de Bold. Avec les Bold Conversations, nous prolongeons cet échange au-delà de la remise des prix, dans un cadre plus intime et personnel », a souligné Anna Sommer, Senior Brand Manager Core Champagnes Austria & Switzerland chez Moët Hennessy, dans son discours de bienvenue.

Le cadre en est donné par les Veuve Clicquot Bold Awards : créé en 1972, le Bold Woman Award fut le premier prix international dédié aux femmes entrepreneures. Décerné en Suisse depuis 1985, il est complété depuis 2014 par le Bold Future Award pour les jeunes fondatrices.

La discussion était animée par la journaliste et modératrice Kerstin Hasse, en allemand, en français et en anglais. En ouverture, elle a rappelé la femme qui incarne la transmission comme

nulle autre : Barbe-Nicole Clicquot, qui reprend en 1805, à 27 ans, la Maison Veuve Clicquot, à une époque où les femmes n'ont ni compte bancaire, ni le droit d'exercer une profession. Son savoir, son audace et son exigence, elle les a transmis à toutes celles et ceux qui sont venus après elle. Cette transmission se poursuit aujourd'hui, comme l'a montré la scène : « Les lauréates deviennent jurées. Les finalistes deviennent des modèles. Les mentorées deviennent mentores », a souligné Kerstin Hasse.

Trois duos incarnaient trois formes de transmission. Bea Petri, fondatrice de Schminkbar et lauréate du Veuve Clicquot Bold Woman Award 2012, a évoqué avec sa fille Lia Petri, co-propriétaire et COO, la succession dans l'entreprise familiale. Babette Keller Liechti, fondatrice de Keller Trading, lauréate du Veuve Clicquot Bold Woman Award 2009 et membre du jury du Bold Future Award, a dialogué avec Margaux Peltier, CEO et cofondatrice d'Enerdrape et lauréate du Veuve Clicquot Bold Future Award 2025. Le troisième duo réunissait Dr Selen Ercan Jenny, cofondatrice de LAYERED et finaliste du Bold Future Award 2025, et l'entrepreneur et investisseur Marc P. Bernegger, membre du jury du Veuve Clicquot Bold Woman Award.

De mère en fille : lâcher prise prend du temps



© Remy Steiner Photography

En 2016, Bea Petri a transmis Schminkbar, qu'elle avait fondée en 2003, à ses filles Lia et Kim ainsi qu'à son gendre Marc. Plutôt que de vendre l'entreprise à un acquéreur externe, elle leur a laissé un mois de réflexion. Tous trois l'ont convaincue avec leur propre présentation. La transition n'a été facile pour aucune des deux parties. « Il faut du temps, des discussions et du détachement. C'est un processus », explique Bea Petri. Lia Petri, qui a gravi les échelons du bar à la réception jusqu'à la direction, ajoute : « Je voulais prouver que je ne suis pas là parce que je suis sa fille, mais parce que je fais très bien mon travail. »

Bold
by Veuve Clicquot

De lauréate à jurée : une reconnaissance qui donne confiance



© Remy Steiner Photography

Pour Margaux Peltier, le Veuve Clicquot Bold Future Award s'est distingué des précédentes distinctions reçues par son entreprise : « Ce n'était pas un prix pour l'entreprise, mais pour mon propre parcours », dit-elle. « Pendant longtemps, je disais que je travaillais dans une start-up et que nous avions eu de la chance. Le prix m'a donné la confiance d'assumer mon rôle de fondatrice. » Des entrepreneures confirmées, elle attend surtout de l'ouverture sur les crises, les doutes et les détours. C'est précisément ce qu'elle apprécie dans la communauté Bold : « Chez Bold, il ne s'agit pas d'un tableau de réussites, mais d'une communauté qui partage. »

Babette Keller Liechti a rappelé combien son propre parcours n'allait pas de soi. Son père lui avait prédit qu'elle vendrait des chaussures comme sa mère. Aujourd'hui, elle est mère de quatre enfants, grand-mère de onze petits-enfants et dirige deux entreprises. Elle a reçu le Veuve Clicquot Bold Woman Award en 2009, dans l'horlogerie, un secteur alors très masculin, et avant l'ère des réseaux sociaux. « Le prix Veuve Clicquot m'a montré pourquoi j'étais là et quelle était ma mission. Il a radicalement changé ma vie. Il ne se passe pas un jour sans qu'on m'en parle », dit-elle. Aujourd'hui, elle se considère comme une ambassadrice de Bold. Sa conviction : « D'abord l'humain, ensuite le rendement. Et l'amour n'est pas un mot tabou. »

Bold
by Veuve Clicquot

Un mentorat au-delà des genres : oser le saut et l'échec



© Remy Steiner Photography

Dr Selen Ercan Jenny, chercheuse en fabrication numérique et Senior Researcher au Département d'architecture de l'ETH Zurich avant de cofonder LAYERED, a décrit le phénomène du « leaking pipe » en architecture : pendant les études, la majorité des étudiants sont des femmes ; plus tard, dans les réunions, il n'y a presque plus que des hommes. « On apprend à transformer cette apparente faiblesse en force », dit-elle. Marc P. Bernegger a fondé sa première entreprise à 20 ans, sans jamais avoir eu de mentor classique. Aujourd'hui, près de la moitié des entreprises de son portefeuille sont fondées par des femmes. Son conseil aux fondatrices et fondateurs : « N'écoutez pas ceux qui disent que ça ne marchera pas. Et écoutez davantage votre intuition que votre tête. »

Tous deux ont aussi parlé ouvertement de l'échec, encore tabou en Suisse. « Avec Crypto Finance, l'une de mes plus grandes réussites, nous avons frôlé la faillite à deux reprises. Personne n'en parle plus une fois l'entreprise vendue pour quelques centaines de millions », raconte Marc P. Bernegger. Selen Ercan Jenny ajoute : « C'est des histoires d'échec que l'on apprend le plus. Les meilleures soirées sont celles où les gens les racontent avec fierté. »

Une leçon qui se transmet

Pour conclure, Kerstin Hasse a demandé aux six intervenants la leçon qu'ils ont eux-mêmes reçue et qu'ils transmettraient à une jeune entrepreneure. Les réponses étaient aussi diverses que les parcours réunis sur scène, mais une idée les reliait : la passion pour ce que l'on fait et le courage de ne jamais abandonner. La boucle avec Madame Clicquot était ainsi bouclée : « Barbe-Nicole Clicquot a repris quelque chose il y a plus de 200 ans et l'a transmis. Et

aujourd'hui, ce sont précisément des personnes qui font cela qui sont réunies ici », a conclu Kerstin Hasse.

Après la discussion, la matinée s'est prolongée dans une atmosphère détendue : un flying lunch accompagné des cuvées d'exception de Veuve Clicquot a offert de nombreuses occasions d'échanger et de réseauter.

Bold by Veuve Clicquot – un programme mondial

Bold by Veuve Clicquot est bien plus qu'un prix : c'est un mouvement international qui, depuis plus de 50 ans, offre une scène aux entrepreneures du monde entier, salue leurs réalisations et les met en réseau.

Pilier central du programme, la Bold Open Data Base, lancée en 2022, est un annuaire numérique mondial dédié aux entrepreneures. Sa mission : rendre les femmes visibles dans le monde des affaires et élargir leurs réseaux. Plus de 8 000 entrepreneures s'y sont déjà inscrites ; elles peuvent non seulement y présenter leur entreprise, mais aussi y rechercher de manière ciblée des coopérations, des opportunités commerciales et de l'inspiration. Grâce à cette plateforme, nombre d'entre elles ont déjà trouvé des investisseurs, des partenaires d'affaires et de nouveaux marchés.

Le programme comprend en outre :

- un réseau mondial d'événements qui réunissent des entrepreneures et des décideurs et décideuses issus de l'économie, de la politique et des médias ;
- la promotion de modèles féminins à travers des partenariats médias et des débats publics, afin de faire évoluer durablement le récit autour de l'entrepreneuriat.

Présent dans plus de 27 pays – de l'Europe à l'Asie, en passant par l'Afrique et l'Amérique du Sud –, Bold by Veuve Clicquot est aujourd'hui l'une des plateformes les plus influentes au monde pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin. Le message est clair : « Visibility leads to possibility » – ce n'est qu'en étant visibles que les femmes peuvent déployer tout leur potentiel, emprunter de nouvelles voies et inspirer les autres.

À propos de la Maison Veuve Clicquot

La Maison Veuve Clicquot a été fondée en 1772. Elle fait aujourd'hui partie du groupe LVMH et est présente dans plus de 120 pays. Elle doit son succès à une femme exceptionnelle, véritable pionnière du secteur, dont l'engagement et la personnalité ont marqué l'histoire de la marque de champagne : Madame Barbe-Nicole Clicquot, née Ponsardin. Depuis sa fondation, la Maison allie avec succès tradition et innovation.

La première livraison à l'étranger de la Maison Clicquot fut destinée à la Suisse, en 1773, à un hôtel de Berne. Et la clientèle suisse est toujours restée fidèle à la marque. Aujourd'hui encore, la Suisse figure parmi les dix principaux marchés d'exportation de la Maison.

Veuve Clicquot reste fidèle à la devise de Madame Clicquot : « Une seule qualité, la toute première ». Deuxième maison de champagne au monde, la Maison a son siège à Reims, en

Champagne (France), et propose différents champagnes non millésimés de qualité supérieure et d'une rare homogénéité – Brut, Extra Brut, Rosé, Demi-Sec et Doux –, des champagnes millésimés Blanc et Rosé ainsi que, depuis 1972, année de création du Veuve Clicquot Business Woman Award, la remarquable cuvée de prestige « La Grande Dame ».

www.veuveclicquot.com

Contact médias

Pour toutes les demandes des médias, veuillez vous adresser à :

Gabrielle Moussafir
PR/TICULAR
E-mail : gabrielle.moussafir@pr-ticular.com
Tél. : +336 32 43 62 63