



Fiona Nicholls, transformer l'épreuve en entreprise

Entrer chez Swiss Toniq Geneva, c'est déjà prendre soin de soi !

Dès que l'on franchit les portes de Swiss Toniq, une sensation enveloppante s'impose. L'air est délicatement imprégné de fragrances subtiles : celles des huiles essentielles, où le néroli se distingue avec élégance. Une signature olfactive qui apaise, rassure et annonce l'univers de la marque.

Puis apparaît Fiona Nicholls. Avant même les mots, elle incarne Swiss Toniq. Un visage lumineux, un regard azur empreint de douceur, tout en elle reflète l'authenticité et la pureté de ses cosmétiques.



L'épreuve comme révélateur

Le parcours entrepreneurial de Fiona Nicholls est hors du commun. Grande cavalière, elle voit sa vie basculer en 2017 à la suite d'un grave accident survenu lors d'un entraînement, qui l'immobilise durablement. Clouée au lit, contrainte de renoncer à sa passion et carrière professionnelle, elle se résout à vendre ses onze chevaux.

Dans cette immobilité forcée, une autre aventure commence. Ne pouvant que lire, elle plonge avec intensité dans l'univers de la cosmétique : l'alchimie des principes actifs, la richesse des huiles essentielles, le pouvoir du végétal. Peu à peu, une idée s'impose : créer un sérum naturel, hautement concentré en actifs issus de la nature.

Elle découvre les principes actifs de plantes résistantes à l'image de la mousse depuis plus de 470 millions d'années. Si la mousse a traversé les âges, c'est que ses composants recèlent des propriétés exceptionnelles tout comme les plantes de montagne : les snow algae.

Alitée, elle étudie sans relâche. Jour après jour, elle se passionne, approfondit, apprend, passe ses examens en mois plutôt qu'en années. Ce temps suspendu, imposé par l'épreuve donnera naissance à Swiss Toniq.

Le futur au naturel

Commence alors la vie d'entrepreneuse, avec son lot de joies, de doutes et de défis. Dans un premier laboratoire modeste et presque artisanal, Fiona Nicholls se lance à la recherche de la formule idéale : des soins sains, efficaces et véritablement anti-âge.



Son intuition est claire : créer un sérum « tout-en-un », capable de remplacer l'accumulation sur la peau de couches de produits différents, souvent composés d'actifs dilués et d'ingrédients nocifs pour la peau. Avec humour et conviction, elle aime comparer la cosmétique à l'alimentation : *« Si l'on veut manger sainement, on n'opte pas pour des burgers industriels. Pour la peau, c'est exactement la même chose : il faut la nourrir avec des ingrédients purs. »*

Cette exigence lui vaudra plusieurs distinctions, mais à quel prix ? Des mois de recherche, suivis de longues phases de tests, avant de se confronter à la complexité administrative des certifications et conformité stricte. Au total, une année entière est nécessaire avant qu'un produit puisse être commercialisé.



Incarnar sa marque : le personal branding

La période du Covid agit alors comme un accélérateur inattendu. Forte de formations suivies en amont sur la communication digitale, Fiona choisit d'incarner pleinement sa marque, en mettant son image au cœur de son message.

À 55 ans, elle fédère aujourd'hui une clientèle fidèle dans 26 pays, principalement en Europe, en Suisse et aux États-Unis, malgré les contraintes liées à l'exportation et aux droits de douane.



Rayonner au-delà du territoire genevois sans jamais le quitter

Membre de l'AZIPLo depuis plusieurs années, elle partage moins souvent le temps des événements que celui du terrain, mais fait rayonner l'association à sa manière, auprès d'une clientèle internationale qu'elle invite à découvrir l'art du vivre local et de sa restauration. La proximité de l'autoroute et de l'aéroport, véritables alliés du quotidien entrepreneurial, lui offre un luxe précieux : le temps.

Cap sur la cosmétique masculine

Pour Fiona Nicholls, l'avenir s'inscrit dans le développement d'un marché déjà prometteur : celui de la cosmétique masculine. Une évidence pour cette entrepreneuse visionnaire, qui a d'ores et déjà conçu une gamme dédiée aux hommes, fidèle aux exigences de naturalité et de performance qui font l'ADN de Swiss Toniq Geneva.



Femme résiliente et déterminée, elle a également renoué avec les entraînements et les courses hippiques, preuve que les épreuves, parfois, ouvrent la voie à de nouveaux élans.



Fiona Nicholls :
« J'ai choisi le nom Swiss Toniq (en 2 mots) car Swiss représente la précision et la fiabilité suisses, tandis que Toniq fait référence à un soin qui restaure et rééquilibre »

*Interview réalisée par Véronique Sala
Newsletter de l'AziplO – Janvier 2026*

fiona@swisstoniq.com
<https://www.swisstoniq.com/>