

L'AGEFI

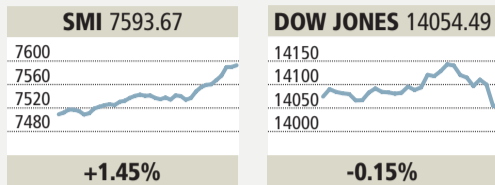
QUOTIDIEN DE L'AGENCE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE À GENÈVE

LA CHRONIQUE DE JAMES BRADFORD DELONG

La crise idéologique du conservatisme US

PAGE 2

JA-PP/JOURNAL — CASE POSTALE 5031 — CH-1002 LAUSANNE



MAN FACE À L'ÉROSION DES FONDS

Les nouveaux défis du site de Pfäffikon

PAGE 4

APRÈS L'ACQUISITION DE CRESSIER L'ancrage régional fort de Vitol

PAGE 4

CAMPAGNE CONTRE LES BAS SALAIRES La caution des universitaires

PAGE 9

TRAÇABILITÉ ALIMENTAIRE ET HORSEGATE L'opportunité de Solid (Genève)

PAGE 6

STABILITÉ DU GROUPE ORIOR L'AN DERNIER La performance convenable

PAGE 6

GROUPE SWATCH ET NORMES COMPTABLES Le Swiss Exchange s'aligne

PAGE 13

IKEA À BUSSY (FR) COMME À VERNIER Longue attente des communes

PAGE 6

ACTIONS EUROPÉENNES (TEMPLETON) Le focus sur le downside risk

PAGE 12

Suivi extérieur de stratégies



ERIC BLANCHARD. Le créateur de Harold Alexander offre un accompagnement adapté aux entreprises dans leurs investissements.

Expert averti de la sphère décisionnelle, Eric Blanchard maîtrise les mécanismes financiers inhérents aux opérations des entreprises en expansion. Il a notamment été membre du conseil de surveillance et du comité d'audit du groupe Damart, directeur financier du groupe Somfy, secrétaire général et membre du directoire du groupe Ginger, directeur financier du groupe G7 et membre du comité de direction de Cofiroute. Diplômé d'HEC France, il est également titulaire d'un DEA en stratégie de l'Université Paris Dauphine et ingénieur civil des télécommunications. Il vient de créer Harold Alexander Consulting, une société de conseil apportant des services dans l'ensemble des domaines que couvre généralement une direction générale des finances. Les compétences de cette société genevoise s'étendent de la contribution de la stratégie, pour maximiser le potentiel de réussite des projets et acquisitions, jusqu'à la mise en place des outils de gestion des risques, de la mesure des performances, du montage des opérations financières et de la sauvegarde du patrimoine, de la coordination de due diligence. Selon Eric Blanchard, l'appel à des compétences extérieures pour intervenir sur des points aussi importants est une question délicate mais correspond à un réel besoin. **PAGE 4**

La transformation sans fin d'un repère technologique

KUDELSKI. L'opérationnel du groupe de sécurité numérique et de solutions média est redevenu rentable l'an dernier.

CHRISTIAN AFFOLTER

Anticiper les (r)évolutions, précéder ou s'adapter aux nouvelles attentes des utilisateurs, autant d'exigences qui prennent une dimension existentielle dans les entreprises technologiques. L'histoire récente a montré que même certains groupes ayant su créer des positions de leader mondial solide pendant des décennies ont fini par échouer très rapidement. Le groupe Kudelski, basé à Cheseaux, se trouve encore et toujours en phase de transformation. La

disparition récente de Stéphane Kudelski, père d'André, est venu rappeler que l'entreprise avait démarré ses activités dans l'audio. Elle est aujourd'hui principalement connue pour ses solutions dans la télévision numérique. L'orientation implique des cessions d'unités considérées comme non stratégiques. Mais le retour aux chiffres noirs l'année dernière (bénéfice net de 16,1 millions de francs, après une perte de 17,7 millions en 2011) indique que les opérations vont dans le bon sens. En excluant l'effet de base négatif

créé par les cessions, les prévisions 2013 (avec un chiffre d'affaires au moins équivalent aux 860,3 millions atteints en 2012) montrent que le groupe attend un retour à la croissance. D'autant plus qu'il a réussi à acquérir de nouveaux clients importants en s'imposant face à ses principaux concurrents. Ce qui inspire la confiance pour les perspectives de développement du segment de la télévision numérique, tout particulièrement au sein des marchés de croissance, capables de compenser les conditions qui ne de-

vraient guère s'améliorer (en Europe notamment). André Kudelski ne doute pas que les solutions et innovations les plus récentes pourront faire la différence. Aussi dans les domaines à fort potentiel de croissance à moyen et long terme: les cartes permettant aux clients des banques de s'identifier pour avoir accès à un compte en ligne. De même que la cybersécurité, où Kudelski peut faire valoir un avantage grâce à son expérience dans les techniques de piratage en télévision numérique. **PAGE 7**

RENTABILITÉ ÉLEVÉE DANS L'AFFICHAGE

La rétablissement d'une référence

DANIEL HOFER (APG/SGA) Le leader de la publicité extérieure en Suisse semble avoir retrouvé son niveau normal de performance. Bonne combinaison entre supports analogiques et digitaux. **PAGE 7**



ÉDITORIAL STÉPHANE GACHET

Swiss made à deux variantes

La sortie de la Fédération de l'industrie horlogère suisse (FH) de l'organisation faitière Economiesuisse est loin d'être anecdotique. La signification pour Economiesuisse reste une conjecture et paraît secondaire à ce stade. Economiesuisse a toujours connu des tensions internes et des conflits d'image, la décision de la FH n'est qu'un élément de plus. La vraie signification se joue sur la crédibilité du label Swiss made, qui s'achemine inéluctablement vers une formule à plusieurs vitesses. Dire que la démission était prévisible est toujours présomptueux, même si la FH a lancé des alertes très claires et à plusieurs reprises depuis plus d'une année, en défendant publiquement la close des 60% du prix de revient réalisés en Suisse, contre la position d'Economiesuisse, toujours en faveur d'un seuil à 50% sur l'ensemble de la production industrielle domestique. Une question revient: 50% ou 60%, la différence est-elle si déterminante? Au niveau des Chambres fédérales, c'est précisément sur ce point que les Etats et le National s'opposent dans le cadre du swissness. Du point de vue de la FH, la différence est dichotomique, entre l'affaiblissement de l'ordonnance actuel sur le swiss made

horloger et le seuil minimal de crédibilité. La décision de la FH pourrait annoncer un schisme plus profond avec la logique d'une indication unifiée. La FH n'a d'ailleurs jamais caché sa volonté de relever, par voie d'ordonnance, l'accès au label très au-delà du cadre général, jusqu'à 90%. Un renforcement drastique revendiqué par une majorité de fabricants, et pas seulement les groupes intégrés surpuissants comme Swatch, Richemont ou Rolex. Le message lancé devrait donc aussi avoir une signification pour le politique, qui serait bien inspiré de reconnaître l'exception que constitue l'horlogerie suisse, probablement la seule industrie au monde bénéficiant d'une appellation d'origine. La volonté des Chambres de s'en tenir à une couverture générale de la marque Suisse est compréhensible, mais contre-productive pour la branche horlogère, qui doit tout son développement à la crédibilité du Swiss made et qui a surtout besoin de resserrer les critères rigoureusement anachroniques de l'ordonnance actuelle. Ce que la FH demande depuis bientôt cinq ans. Le vrai risque serait aujourd'hui que la branche se désolidarise du projet swissness et construise son propre label qualité. ■

Plate résignation face à la doxa réglementaire

Le sommet sur l'avenir du secteur bancaire à Paris s'est mué en débat d'experts sur les questions de réglementation.

MARJORIE THÉRY
PARIS

Régulation. Tel est le terme qui pourrait résumer à lui seul la conférence organisée en début de semaine à Paris par *The Economist* sur l'avenir de la finance. Alors que le thème de cette conférence prévoyait un optimiste titre sur «la quête de la durabilité et croissance», la durabilité n'a fait que quelques brèves apparitions et la croissance a été d'emblée annoncée comme morose par Michel Barnier, membre de la Commission européenne, chargé du marché intérieur et des services, et les dirigeants bancaires présents. Les

multiples projets réglementaires présentés par Michel Barnier en début de journée n'ont souffert de presque aucune critique de la part des panelistes. Banques, représentants de banques centrales, d'associations ou d'agence de notation, tous ou presque ont fait référence à son allocution en approuvant son propos. Entre diplomatie et résignation, la frontière semble étroite. Juan Rodriguez Inciarte, membre de la direction et vice président de la stratégie de Banco Santander était sûrement l'un des plus enthousiastes: «En Europe nous avons tous la même monnaie, alors c'est normal d'avoir des règles bancaires et un superviseur commun. Je suis ravi de cette harmonisation car les risques sont très différents d'une banque et d'un pays à l'autre et la gestion des risques est la pierre angulaire de l'industrie bancaire». **PAGE 20**

LINDEGGER
OPTIQUE
maîtres opticiens
Genève www.lindegger-optic.ch



9 771421 948004 5 0009