

SWISSQUOTE

ePRIVATE BANKING MAGAZINE



CONCOURS
UN PORTEFEUILLE DE
10'000.-
À GAGNER

P. 76



MOBILES, SOCIAUX, GRATUITS

JEUX VIDEO

LES NOUVEAUX
MODÈLES
ÉCONOMIQUES

- ACTIVISION BLIZZARD - - - ZYNGA - - - NINTENDO - - - MICROSOFT - - -
SONY - - - NVIDIA - - - AMD - - - EA - - - UBISOFT - - - TAKE-TWO - - - THQ -



PATEK PHILIPPE

GENEVE

Fondez votre propre tradition.

Pour plus d'information veuillez contacter un des partenaires
Patek Philippe ci-dessous.

Une liste complète de nos partenaires en Suisse
se trouve sur patek.com

Bâle

Gübelin AG, Freie Strasse 27
Seiler, Gerbergasse 89

Berne

Gübelin AG, Bahnhofplatz 11
Zigerli & Iff AG, Spitalgasse 14

Interlaken

Kirchhofer Haute Horlogerie II,
Höheweg 56

Lugano

Gübelin AG, Via Nassa 7
Mersmann SA, Via Nassa 5
Somazzi SA, Via Nassa 36

Lucerne

Gübelin AG, Schweizerhofquai 1

St. Moritz

Gübelin AG, Via Serlas/Palace Galerie

Vaduz

Huber Uhren Schmuck, Im Städtle

Zoug

Lohri, Neugasse 9

Zurich

Beyer Uhren und Juwelen,
Bahnhofstrasse 31
Gübelin AG, Bahnhofstrasse 36





Jamais vous ne posséderez complètement
une Patek Philippe. Vous en serez juste le gardien,
pour les générations futures.



Quantième Annuel Réf. 5205G, boutons de manchettes Calatrava.



BALLY
SWITZERLAND

SCRIBE

MADE-TO-ORDER SHOES AND BELTS

at selected Bally Boutiques +41 44 224 39 39

and bally.com

Entrer dans le jeu

Autrefois réservé à un public d'initiés, le jeu vidéo a aujourd'hui conquis les masses, reléguant au second plan le cinéma. Cette année, le revenu global du secteur devrait approcher les 75 milliards de dollars, contre 40 milliards quatre ans plus tôt. A l'approche des fêtes, Swissquote Magazine ne pouvait rester insensible au développement spectaculaire de cette industrie, qui touche désormais aussi une large frange d'adultes, y compris parmi les femmes.

Si Nintendo a, le premier, bouleversé les habitudes de consommation avec sa console de salon Wii, lancée en 2006, la vraie révolution est aujourd'hui à chercher du côté des mini jeux gratuits – ou vendus à très bas prix – jouables sur smartphones et à travers les réseaux sociaux (p. 34). Figure de proue de ce nouveau marché, le jeu Angry Birds a ainsi été téléchargé plus de 350 millions de fois sur smartphones, versions payantes et gratuites confondues, tandis que Cityville, sur Facebook, compte 80 millions d'utilisateurs mensuels, dont 55% de femmes.

On le voit, la démocratisation du jeu sur smartphones et réseaux sociaux permet aux éditeurs de capter un public plus large que celui des consoles de jeu, en allant le chercher dans un environnement qui lui est familier. Leader du marché des jeux sociaux, l'américain Zynga (Farmville, Cityville), dont la création remonte à 2007 seulement et qui s'apprête à faire son entrée en Bourse en novembre, a réalisé un chiffre d'affaire de 600 millions de dollars l'an dernier.

Confronté à la migration des joueurs occasionnels vers ces nouveaux supports, les constructeurs et éditeurs historiques se profilent avec plus ou moins de réussite. Tandis que le géant Nintendo accuse le coup, certains saisissent l'occasion pour se diversifier et ajuster leur modèle économique, à l'instar d'Electronic Arts, qui a racheté Chillingo, éditeur d'Angry Birds... (p. 38) Preuve que le changement offre aussi de belles opportunités!

Dans un registre plus académique, cette édition de Swissquote Magazine s'intéresse également aux questions morales liées à l'économie de marché. L'interview du numéro donne ainsi la parole à Thomas Beschorner, le nouveau directeur de l'Institut d'éthique économique de l'Université de Saint-Gall, qui livre son point de vue sur les vertus du libéralisme (p. 68).

Nous consacrons par ailleurs un grand portrait à l'entreprise SGS, leader mondial de la certification et de la surveillance basé à Genève (p. 24). Une valeur boursière de premier choix, pourtant encore méconnue du grand public.

Bonne lecture,



Marc Bürki,
CEO de Swissquote

SWISSQUOTE

Editeur

Swissquote
Chemin de la Crétaux 33
1196 Gland
Suisse
T. +41 44 825 88 88
www.swissquote.ch
magazine@swissquote.ch

Coordination du magazine

Brigitta Cooper

Réalisation éditoriale et graphique

LargeNetwork
6, rue Abraham-Gevray
1201 Genève
Suisse
T. +41 22 919 19 19
info@LargeNetwork.com
www.LargeNetwork.com

**Responsables
de la publication**
Gabriel Sigrist
et Pierre Grosjean

Direction de projet

Ludovic Chappex

Coordination

Luise Wunderlich

Rédaction

William Audureau
Bertrand Beauté
Benjamin Bollmann
Didier Bonvin
Gaëlle Chaar
Jean-Cosme Delaloye
Joël Espi
Lukas Hässig
Cyril Lener
Martin Longet
Sylvain Menétrey
Marc Renfer
Daniel Saraga

Maquette

Jérémie Mercier

Responsable visuel de projet

Caroline Fischer

Mise en page

Clémence Anex
Sandro Bacco
Diana Bogtsch
Caroline Fischer
Sébastien Fourtouvill
Olivia de
Quatrebarbes

Traduction

Régine Finck
Claudia Grosdidier
Dorothee Hofer
Irène Kruse
Boris Muller
Annika Schmidt-
Glenwinkel
Robert Schnieper
Richard Siegert

Couverture

Photo: Patrice Moullet

Photographies

Dominic Büttner
Shamil Tanna
Newscom
Reuters

Publicité

MedienSatellit
Zypressenstrasse 60
8004 Zurich
Suisse
T. +41 43 268 50 39
www.mediensatellit.ch
info@mediensatellit.ch



Abonnement à

Swissquote Magazine

CHF 40.- pour 6 numéros
www.swissquote.ch/magazine/f/

SGS



GLOBE



GERHARD SCHWARZ



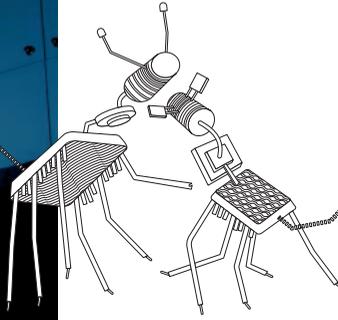
AUDIO

SOMMAIRE

- | | |
|--|---|
| <p>3. ÉDITORIAL
par Marc Bürki</p> <p>8. HIER, DEMAIN</p> <p>10. GLOBE</p> <p>20. VARIATIONS
Les gagnants
et les perdants
du marché</p> <p>24. SGS
Le Suisse qui certifie
les marchandises
du monde entier</p> <p>28. ANALYSES
Les conseils
des professionnels
pour investir</p> | <p>32. JEUX VIDÉO
LES NOUVEAUX
MODÈLES ÉCONOMIQUES</p> <p>34. Casual games:
le boom des jeux grand public</p> <p>39. Free-to-play:
la gratuité rapporte</p> <p>42. Consoles de jeu:
les constructeurs sous la loupe</p> <p>50. Les éditeurs contraints
de se réinventer</p> <p>56. Jeu vidéo japonais:
la fin d'un empire</p> <p>58. Blizzard, les raisons d'un succès</p> <p>62. La guerre des puces graphiques
s'étend sur smartphones
et tablettes</p> |
|--|---|



DOSSIER
JEUX
VIDÉO



86

SOLAIRE



90

NICARAGUA



81

SCOOTERS

DOMINIC BÜTNER, DR. DR. PATRICK BROSSET, ELAINE FAITH, FRANCESCO POZZI, DR

- 64. **PORTRAIT**
Gerhard Schwarz,
directeur du Think tank
Avenir Suisse
- 68. **INTERVIEW**
Thomas Beschorner,
directeur de l'Institut
d'éthique économique de
l'Université de Saint-Gall
- 74. **SWISSQUOTE**
Les avantages
du crédit Lombard
- 80. **SCOOTERS**
Le boom des modèles
à trois roues

- 86. **OUTDOOR**
Les meilleurs gadgets
solaires pour la randonnée
- 88. **AUDIO**
Les serveurs musicaux,
mieux que le MP3
- 90. **VOYAGE**
A la découverte du Nicaragua
- 96. **DERNIER MOT**
Roger Diener, architecte

CODE QR



Ce symbole apparaît en marge de certains articles de ce magazine. Il s'agit d'un Code QR (pour «Quick Response»). Une fois photographié, il permet à un téléphone mobile compatible d'afficher directement la page web relative au sujet. Pour les usagers Swissquote, ce code permet de suivre le cours de l'action de l'entreprise mentionnée, et même d'en acheter ou d'en vendre. Pour télécharger l'application compatible avec votre téléphone: www.swissquote.ch/magazine/code/f/



COURRIER DES LECTEURS

Cher Swissquote Magazine,

J'ai été surpris et intéressé par votre dossier sur les «Boom en Bourse » paru dans le dernier numéro. Je n'imaginai pas qu'une croissance de près de 400% sur une année pour un titre «classique» était quelque chose de possible, comme le montre pourtant l'exemple de l'entreprise de pharma Mesoblast. Il n'en reste pas moins que l'évolution de son action sur les 6 derniers mois n'est plus du tout aussi attractive. La tendance s'est même inversée avec une courbe négative! Comme quoi, il s'agit comme toujours de savoir entrer sur le marché au moment opportun... Merci cela dit d'ouvrir de nouveaux horizons à vos lecteurs-investisseurs.

Bonne continuation,

J. D., GENÈVE

Bonjour,
Pourriez-vous consacrer un nouvel article à Google TV? Un an après l'annonce, on attend toujours le lancement en Suisse. Vous en parlez dans votre comparatif entre Samsung et Sony (Swissquote Magazine 4, page 18, ndr) mais on aimerait en savoir plus. Un bon sujet pour Swissquote Magazine, non?

G. P., OSTERMUNDIGEN

Merci pour votre message. Vous avez raison. Nous allons préparer un article sur ce sujet pour un prochain numéro de Swissquote Magazine.

Votre avis nous intéresse

Commentaires, questions, réactions?
Un article de Swissquote Magazine vous a particulièrement emballé, étonné, énervé?
N'hésitez pas à nous écrire à:
magazine@swissquote.ch

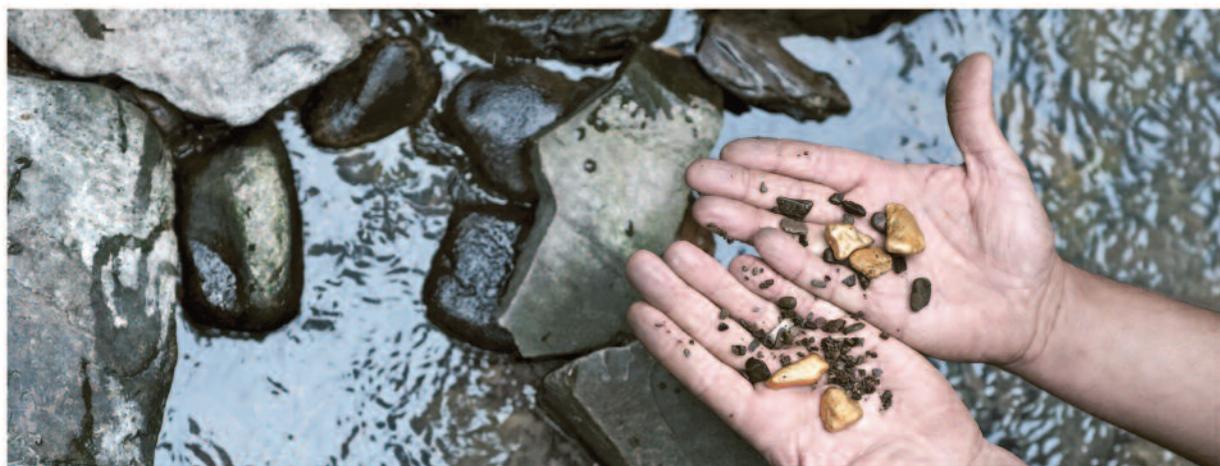
Bonjour,

Je suis un lecteur fidèle de Swissquote. On y découvre des aspects du monde des finances dont il n'est question nulle part ailleurs. Dans le dernier numéro (no.4), j'ai trouvé particulièrement intéressant l'article sur le trading à haute fréquence. Je n'avais encore jamais rencontré d'article aussi détaillé sur la question.

J'espère que c'est un sujet que vous continuerez de traiter, et que vous continuerez de mettre en lumière les nouvelles tendances, dans le négoce et dans l'analyse, qui peuvent intéresser les petits porteurs.

Avec mes remerciements et mes meilleurs messages

MARTIN MERZ



Or, argent, palladium ou platine? *Vous trouverez votre bonheur* chez nous.

Vous recherchez des possibilités de participer à la tendance haussière des marchés des métaux précieux? Mettez en application vos projets de placement de manière simple et efficace avec les produits à effet de levier d'UBS, et faites votre choix parmi plus de 500 instruments différents. Pour plus de renseignements, veuillez nous appeler au 044-239 76 76* ou nous écrire à l'adresse keyinvest@ubs.com



Valeur sous-jacente	UBS Warrants				Nom de produit ASPS: Warrants (2100)	
	Monnaie	Prix ¹	Strike Level ¹	Spot Level ¹	Echéance	Valeur
Or (XAU/USD)	CHF	1.38	2000.00	1805.00	21.09.2012	12 833 066
Or (XAU/USD)	CHF	1.37	2100.00	1805.00	07.12.2012	13 685 327
Palladium (XPD/USD)	CHF	0.41	850.00	710.00	15.06.2012	12 602 778
Palladium (XPD/USD)	CHF	0.34	900.00	710.00	15.06.2012	12 602 779
Platine (XPT/USD)	CHF	0.97	2000.00	1800.00	15.06.2012	12 602 764
Platine (XPT/USD)	CHF	0.76	2100.00	1800.00	15.06.2012	12 602 765
Argent (XAG/USD)	CHF	1.08	47.50	40.30	21.09.2012	12 917 744
Argent (XAG/USD)	CHF	1.10	50.00	40.30	07.12.2012	13 453 715

¹ Indicatif au 14.9.2011

Nous n'aurons pas de répit



Vous trouvez des informations importantes sur les risques et les opportunités de ce produit sous le lien suivant: www.ubs.com/keyinvest

Ces produits structurés ne font pas partie d'un placement collectif de capitaux au sens de l'art. 7 s. de la Loi fédérale suisse sur les placements collectifs de capitaux (LPCC) et de ce fait ne nécessitent pas une autorisation de l'autorité fédérale de surveillance des marchés financiers FINMA. Les personnes qui investissent dans ces produits ne bénéficient pas de la protection spécifique prévue dans la LPCC. Cette annonce n'est publiée que pour information et ne doit pas être interprétée comme une offre, une recommandation personnelle ou une demande de conclure une opération; elle ne doit pas être considérée comme donnant des conseils d'investissement. Cette annonce ne représente pas un prospectus simplifié au sens de l'art. 5 LPCC ni une annonce de cotation au sens du règlement de cotation. La documentation de produit déterminante peut être commandée auprès d'UBS Investment Bank 24 heures sur 24 par téléphone 044-239 47 03, par fax 044-239 69 14 ou par e-mail: swiss-prospectus@ubs.com. Cette émission peut être soumise à des restrictions de vente notamment pour l'Europe, Hong Kong, Singapour, les Etats-Unis et des citoyens des Etats-Unis (l'émission est régie par le droit suisse). Avant de vous engager dans des transactions sur des produits structurés, il est recommandé de vous faire conseiller par un spécialiste de votre banque principale. Les indications contenues dans le présent document sont données sans garantie.

© UBS 2011. Tous droits réservés.

* Nous attirons votre attention sur le fait que les entretiens sur ce raccordement peuvent faire l'objet d'un enregistrement. Nous partons du principe que vous consentez à cette pratique commerciale.

H I E R

AG AI AR BE BL BS FR GE GL GR JU LU NE NW OW SG SH SO SZ TG TI UR VD VS ZG ZH

**SWISSCOM RENONCE
À LA PROLONGATION
AUTOMATIQUE DES CONTRATS**

Swisscom a renoncé début septembre au renouvellement automatique des contrats de téléphone mobile. L'opérateur a ainsi tenu sa promesse faite en février aux consommateurs, qui avaient réclamé cette mesure. Les concurrents de l'opérateur, Sunrise et Orange, n'ont pour l'instant pas l'intention de faire de même. Ils proposent en général des contrats de douze à vingt-quatre mois, reconduits automatiquement pour une année supplémentaire. Les consommateurs ne bénéficient ainsi d'aucune communication de la part des opérateurs sur l'échéance de leur contrat.

✂ SCMN

**VONTOBEL VERSE UN MILLION
À PRIVATE EQUITY**

La banque zurichoise Vontobel va verser un million de francs à la société de participations zougnoise Private Equity Holding. Cet accord, pris sous l'égide de la justice zurichoise, met fin à un conflit qui oppose les deux sociétés depuis onze ans. En janvier 2010, deux anciens cadres de Vontobel avaient été acquittés alors qu'ils étaient accusés d'escroquerie par métier.

✂ VONN

**NOUVEAU CONTRAT POUR
LA BRANCHE ALLEMANDE
DE PANALPINA**

Le groupe bâlois de logistique et de transports Panalpina a conclu un nouveau partenariat grâce à sa filiale allemande. Panalpina Road Freight Deutschland collabore depuis début septembre avec l'entreprise italienne Arcese Trasporti. Les deux entreprises espèrent atteindre les 100'000 transports entre de grandes villes italiennes d'ici à la fin 2012. Panalpina emploie 15'000 personnes à travers le monde et possède 13 emplacements en Allemagne. Arcese Trasporti, 4000 employés, détient 19 succursales en Italie.

✂ PWTN

**USINE NESTLÉ À 200 MILLIONS
PRÈS DE BERNE**

Le groupe Nestlé a inauguré une nouvelle usine à 200 millions de francs à Konolfingen, entre Berne et Thoun. Celle-ci produira des aliments probiotiques de nouvelle génération pour bébés. Au total, 370 emplois ont été créés. L'inauguration a eu lieu en présence du conseiller fédéral chargé de l'Économie, Johann Schneider-Amman, et du patron de l'entreprise basée à Vevey, Paul Bucke. Les installations de Nestlé à Konolfingen ont déjà bénéficié de 400 millions d'investissements ces quatre dernières années. En Suisse, 3 milliards de francs ont été investis par la société suisse pour la création de 2700 emplois, au cours des dix dernières années.

✂ NESN

**GLENCORE ACQUIERT
UN MINIER SUD-AFRICAIN**

Le géant des matières premières Glencore a pris le contrôle de la société minière sud-africaine Optimum Coal. L'entreprise basée à Baar (ZG) a racheté 43,51% des actions de la société, une opération estimée à 370 millions d'euros. Glencore a lancé cette opération dans le cadre d'un projet de consortium avec l'homme d'affaires Cyril Ramaphosa, ancien militant anti-apartheid, désormais l'un des hommes d'affaires les plus puissants du pays. Optimum Coal est l'une des plus importantes sociétés minières d'Afrique du Sud. Elle a affiché un bénéfice de 22,5 millions de francs en 2010, mais ce chiffre a baissé de presque 70% en un an.

✂ GLEN,GB

**INTERDICTION LEVÉE
POUR LES CAPSULES DE DENNER**

Le Tribunal de Saint-Gall a levé fin août l'interdiction imposée à Denner de vendre des capsules compatibles avec les machines Nespresso. Cette décision a été prise alors que Denner est toujours en attente de son jugement. En décembre 2010, Nespresso avait engagé une action en justice contre Denner pour l'empêcher de vendre les capsules litigieuses. Le Tribunal Fédéral avait pris position en faveur de Nestlé, avant de renvoyer l'affaire au Tribunal de commerce de Saint-Gall, qui doit rejurer l'affaire.

D E M A I N

AG AI AR BE BL BS FR GE GL GR JU LU NE NW OW SG SH SO SZ TG TI UR VD VS ZG ZH

NESTLÉ INVESTIT EN THAÏLANDE



Afin d'accroître sa production de produits à base de café et de crème glacée, Nestlé va investir 98 millions de francs en Thaïlande. Étale sur deux ans, cet investissement permettra l'extension des usines du géant suisse, et la construction d'un nouveau centre de contrôle qualité. Le projet vise à faire face à la demande croissante de produits de la marque dans le pays et dans le reste de la région. La Thaïlande fait également partie du «Nescafe Plan», un plan d'investissement de 500 millions de francs visant notamment à adopter une stratégie plus équitable pour les producteurs de café.

☒ NESN

ROCHE ET EVOTEC COLLABORENT CONTRE L'ALZHEIMER

Le groupe Roche a conclu un accord avec la société biotechnologique allemande Evotec pour développer un médicament contre la maladie d'Alzheimer. Le groupe pharmaceutique bâlois a déjà versé 10 millions de dollars à Evotec, qui pourrait recevoir au total jusqu'à 820 millions de dollars pour sa substance, l'EVT 302. La somme finale dépendra des résultats des recherches, dont la deuxième phase doit débiter l'an prochain. L'EVT a déjà fait l'objet de trois études. La maladie d'Alzheimer, qui touche 35 millions de personnes, représente un marché de plusieurs milliards de francs pour l'industrie pharmaceutique.

☒ ROG

☒ EVT,X

CREDIT SUISSE SE DÉVELOPPE AU BRÉSIL

Credit Suisse va reprendre sa filiale brésilienne Hedging-Griffo. L'opération, d'une valeur de 612 millions de francs, doit être achevée d'ici à la fin de l'année. Avec quelque 16 milliards de francs d'opérations, Hedging-Griffo est l'un des plus gros gestionnaires institutionnels du Brésil. En 2006, Credit Suisse avait déjà acquis une participation majoritaire dans l'entreprise brésilienne pour la somme de 360 millions de francs.

☒ CSGN

UBS DEVRAIT ENCORE LICENCIER



UBS entend économiser entre 1,5 et 2 milliards de francs au cours des deux ou trois prochaines années. Touchée par la crise de l'endettement et l'appréciation du franc, UBS a vu son bénéfice plonger de moitié en comparaison annuelle, au deuxième trimestre 2011. Face aux incertitudes, le numéro un bancaire suisse se préparerait à licencier plusieurs milliers de personnes. A cause de la dernière crise financière, le nombre d'employés d'UBS était déjà passé de 83'000 en 2007 à moins de 68'000 en 2011. La banque a en outre indiqué qu'elle ne pourrait pas atteindre les objectifs qu'elle s'était fixés à moyen terme en 2009.

☒ UBSN

SWATCH REPREND L'USINE ENERGIZER



L'ancien site du fabricant de piles Energizer, basé à La Chaux-de-Fonds, a été racheté par l'horloger Swatch Group, avec effet au 1^{er} novembre prochain. Le président du groupe, Nick Hayek, avait déjà manifesté en mars son intérêt pour l'usine et son personnel, motivé par l'extension des activités de l'entreprise. Quarante personnes parmi les quelque 200 postes passés à la trappe vont ainsi être embauchées pour la nouvelle usine. Celle-ci fabriquera principalement des aiguilles de la marque Universo. Après la récession de 2008-2009, Swatch Group a connu une forte reprise et a déjà créé des centaines de nouveaux emplois en Suisse ces derniers mois.

☒ UHRN

KUDELSKI FOURNIRA LES SYSTÈMES D'ACCÈS POUR L'EURO 2012 DE FOOT

La filiale du groupe Kudelski Skidata équipera la moitié des stades de l'Euro de foot 2012, qui aura lieu en Pologne et en Ukraine. L'entreprise spécialisée dans le contrôle d'accès physique dans les stades a signé en juillet dernier à Varsovie un contrat avec le Centre national des sports sur des solutions et des terminaux de points de vente pour l'accès aux matches et aux sites de restauration. Skidata devra notamment équiper le nouveau stade national polonais, le plus grand du pays avec ses 58'000 places. La filiale de Kudelski y installera 76 tourniquets équipés de 156 lecteurs automatiques.

☒ KUD

GLOBE



1 ALCOA RENFORCE SA PRÉSENCE EN CHINE

Le géant de l'aluminium Alcoa envisage la création d'une coentreprise en Chine avec le groupe public China Power Investment (CPI). L'entreprise américaine, qui n'a pas encore communiqué les détails de l'accord, entend profiter de la croissance sur les marchés chinois de l'automobile, de l'aérospatial, de l'emballage et de l'électronique pour particuliers. Les deux groupes avaient déjà conclu un accord en janvier dernier, portant sur des investissements potentiels d'Alcoa d'un montant de 7,5 milliards de dollars.

AA,U

2 BANK OF GEORGIA À LA BOURSE



La première banque de Géorgie, Bank of Georgia, a annoncé début septembre qu'elle voulait entrer à la Bourse de Londres afin d'attirer les investisseurs internationaux. Une nouvelle société qui servira de holding au groupe sera créée en Angleterre et au Pays de Galles. Bank of Georgia est déjà cotée à la Bourse de Londres via des «global depositary receipt» (GDR), des paquets d'actions ordinaires libellés en dollars. Les détenteurs de ces GDR se verront proposer des actions de la nouvelle société en échange.

BGEO,GB

3 ABN AMRO SUPPRIME 2350 POSTES

La banque néerlandaise ABN Amro va supprimer 2350 emplois, dont 1500 licenciements et 850 départs naturels, au cours des trois ou quatre prochaines années. Une provision de 200 millions d'euros a été créée suite à ce plan de restructuration. Malgré le retour aux chiffres noirs pour le premier semestre 2011, la banque a déclaré se trouver dans «l'incertitude croissante concernant la dette souveraine». ABN Amro, née en 2010 de la fusion entre l'ancienne banque néerlandaise éponyme et de Fortis Bank Nederland, entame la seconde moitié de son processus de fusion. C'est en revoyant ses ambitions à la hausse qu'elle a décidé de prendre ces mesures.

RBS,GB

EXXON ET ROSNEFT PASSENT UN ACCORD EN RUSSIE



La société pétrolière américaine Exxon et le pétrolier russe Rosneft ont signé fin août un accord pour exploiter des réserves de gaz et de pétrole dans l'Arctique russe. Le contrat comprend des actifs que le pétrolier britannique BP espérait exploiter, et réduit à néant ses espoirs de relancer les négociations qu'il avait entamées en janvier 2011 avec Rosneft. En mai dernier, ce partenariat portant sur 16 milliards de dollars avait été bloqué par les actionnaires de la coentreprise de BP en Russie, TNK-BP.

✉ XOM,U
✉ ROSN,GB

ANGLO IRISH BANK CÈDE UN PORTEFEUILLE DE CRÉANCES

Les banques américaines JPMorgan Chase, Wells Fargo et le fonds Lone Star vont pouvoir se partager le portefeuille de créances immobilières de 9,5 milliards de dollars appartenant à l'Anglo Irish Bank. Une vente aux enchères rassemblant une vingtaine de candidats intéressés a eu lieu en août dernier. Entre 7 et 8 milliards de dollars ont été déboursés par les trois sociétés pour acquérir le portefeuille. Cette opération est l'une des plus importantes cessions réalisées depuis la chute du marché immobilier américain, il y a quatre ans. L'Anglo Irish Bank avait été nationalisée en 2009 afin d'éviter sa faillite.

✉ CKL1,XT

RECORD DE FRÉQUENTATION POUR LES CASINOS À MACAO

Les casinos de Macao ont réalisé un chiffre d'affaires record en août dernier. Les six opérateurs de casino de l'ancienne colonie portugaise ont affiché un chiffre d'affaires total de 2,17 milliards d'euros, soit une hausse de 57% par rapport à l'année précédente. Sur les huit premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires des casinos s'élève à environ 15 milliards d'euros, soit une progression de 46,8%. Ces performances sont dues notamment à un afflux massif de Chinois à Macao. L'ancienne colonie portugaise est la place la plus importante du monde pour les jeux d'argent.

LE GROUPE PÉTROLIER ENI VEUT MAINTENIR SA POSITION EN LIBYE



Le géant pétrolier italien Eni a signé fin août un accord avec les nouvelles autorités libyennes du Conseil national de transition (CNT) pour reprendre ses activités dans le pays. La compagnie italienne était le premier groupe pétrolier étranger présent en Libye avant l'insurrection contre Mouammar Kadhafi. Mais l'Italie, qui avait hésité à apporter son soutien aux rebelles dans les premiers temps, redoute d'y perdre son rang de partenaire privilégié. Le président d'Eni, Paolo Scaroni, a été le premier dirigeant d'un grand groupe pétrolier à se rendre en Libye depuis la prise de Tripoli par les rebelles.

✉ ENI,IT

BUREAU VERITAS AUX PHILIPPINES



Le numéro deux mondial (derrière le genevois SGS) de l'inspection et de la certification Bureau Veritas a acquis la société philippine Toplis Marine Inspection and Testing. Cette société opère dans les inspections et les tests de produits pétroliers, de minerais et de charbon. Le groupe français n'a pas précisé le montant de l'achat mais a déclaré qu'il devrait générer un chiffre d'affaires d'environ 800'000 euros en 2011. Au premier semestre, Bureau Veritas avait déjà effectué une série d'achats de moyenne importance. Ces nouvelles acquisitions devraient représenter pour l'entreprise 100 millions d'euros de chiffre d'affaires supplémentaire.

✉ BVI,E

DES ORDINATEURS GRATUITS POUR LES ÉLÈVES INDIENS

Le gouvernement de l'Etat indien méridional du Tamil Nadu a annoncé qu'il allait distribuer gratuitement des ordinateurs portables aux élèves du secondaire et aux étudiants en licence des établissements publics. Au cours des cinq prochaines années, 6,8 millions d'élèves devraient être équipés, dont 900'000 la première année, selon le quotidien «The Hindu». Cette mesure, jugée populaire par l'opposition, témoigne d'une volonté de «fournir le matériel nécessaire pour une éducation publique de qualité», a déclaré la ministre en chef du Tamil Nadu.



«La crise financière et économique de 2008 a créé un terrain fertile pour le protectionnisme. Certains pensaient que cela aboutirait à un protectionnisme commercial comparable à celui de la Grande Dépression des années 1930. Fort heureusement, ils avaient tort.»

Pascal Lamy, directeur général de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), lors d'un discours tenu à Delhi le 6 septembre 2011.



«L'Union européenne est un grand corps avec une tête très petite.»

Le président du Conseil italien, Silvio Berlusconi, critiquant l'incapacité de l'Europe à s'unir sur la politique étrangère ou des retraites, lors d'un meeting à Rome de jeunes de son parti, le Peuple de la liberté (Pdl).



«Notre pays doit construire une société des nouvelles énergies. En exploitant notre puissance technique couplée à une réforme réglementaire et à une politique d'aide aux nouvelles énergies, nous allons faire du Japon un modèle.»

Yoshihiko Noda, premier ministre japonais, lors de son discours de politique générale, le 13 septembre dernier.



«Les consommateurs indiens, chinois, brésiliens, argentins ou mexicains ne veulent pas de produits moins chers, ils veulent les meilleurs.»

Frederico Curado, PDG du constructeur aéronautique brésilien Embraer, dans une interview au mensuel «Enjeux Les Echos».



«Pourquoi est-ce que je deviens activiste? Parce que, comme tant d'Américains, je suis scandalisé: 4 milliards de dollars ont été dépensés pendant les élections de 2008 et plus de 5 milliards seront dépensés en 2012. Pendant ce temps, les gens sont au chômage, l'économie patauge et rien ne se fait à Washington.»

Le CEO de Starbucks, Howard Schultz, cité dans «Newsweek», a fait promettre à une centaine de top leaders américains qu'ils ne feraient aucune donation politique avant qu'un véritable plan de redressement ne soit mis en place sur le long terme.

Personne ne peut
s'attaquer seul à
l'ascension d'un sommet.



Vous recherchez un guide des produits structurés expérimenté?

Le succès de vos investissements nous tient à cœur. C'est pourquoi, en tant que Bourse des produits structurés, nous ne nous considérons pas seulement comme une place de négoce, mais également comme un partenaire fiable pour tous les investisseurs privés et institutionnels.

Sur www.scoach.ch, vous trouverez des informations et explications utiles sur l'ensemble des produits négociés sur Scoach. Vous pouvez également y commander gratuitement de nombreuses publications et newsletters. Par exemple, le nouveau «Rapport du marché Scoach» vous livre chaque mois un aperçu des meilleurs produits actuels, des classements et de l'évolution générale sur le marché des produits structurés. Essayez également notre magazine clients qui propose les conseils en investissement objectifs de nos experts chevronnés.



Votre logo de qualité:

- ✓ Sécurité – Surveillance neutre du marché
- ✓ Qualité – Haut degré de précision au niveau du négoce
- ✓ Service – Evaluation de produits indépendante

www.scoach.ch/service

scoach 
BY SIX GROUP AND DEUTSCHE BÖRSE

SECTEURS

INFORMATIQUE

La Chine premier marché du PC

La Chine est devenue le premier marché mondial pour les ventes d'ordinateurs au deuxième trimestre 2011, selon une étude du cabinet IDC. C'est la première fois que le pays asiatique dépasse les Etats-Unis dans ce secteur. 18,5 millions d'ordinateurs ont ainsi été vendus en Chine durant cette période, contre 17,7 millions aux Etats-Unis.

Les USA devraient malgré tout rester le marché principal des PC dans le monde sur l'ensemble de l'année. IDC estime que 73,4 millions d'ordinateurs devraient s'écouler aux USA, contre 72,4 millions en Chine en 2011. Le cabinet pronostique toutefois que le nombre de PC vendus en Chine passera à 85,1 millions l'année prochaine, contre 76,6 millions aux Etats-Unis.

La contrefaçon de logiciels augmente sensiblement

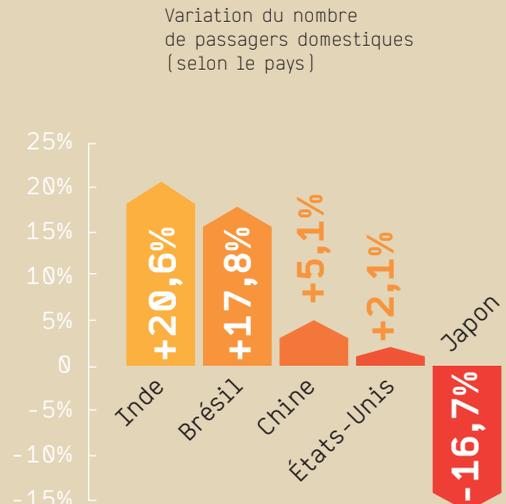
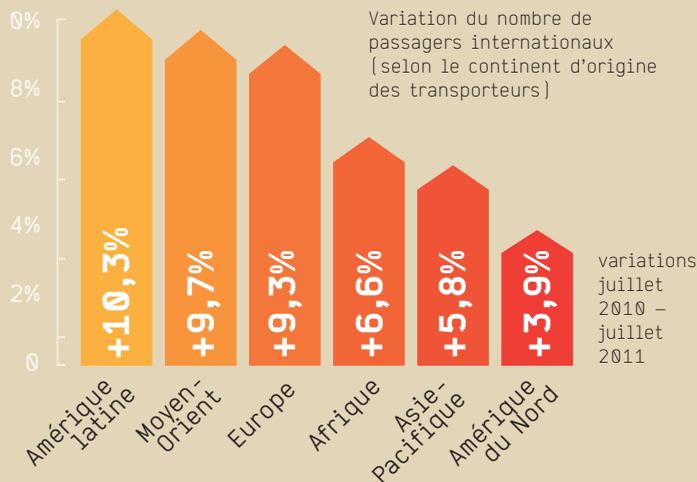
Le piratage de programmes PC est encore très courant dans le monde. Selon une étude publiée par la Business Software Alliance, 47% des utilisateurs d'ordinateurs acquièrent toujours ou régulièrement des logiciels «par des moyens illégaux». Dans les pays émergents, le pourcentage augmente sensiblement, et passe même à 86% pour la Chine, qui détient le record mondial. Le pays asiatique est suivi du Nigeria (82%) et du Vietnam (76%). A l'inverse, l'Afrique du Sud fait figure de bon élève avec 21% des utilisateurs qui piratent occasionnellement ou régulièrement leurs programmes. La Suisse se situe à la 10^e place du classement, avec un taux de 31%.

AVIATION

Transport aérien en hausse

Le trafic de passagers a augmenté de 5,9% en juillet 2011 par rapport à juillet 2010, selon l'Association du transport aérien international (IATA). Le trafic international a connu une hausse de 7,3%, contre 3,5% pour

les vols domestiques. Un recul est toutefois attendu à la fin de l'année, en raison de «la torpeur du commerce international» et des «prix élevés du carburant», a déclaré le directeur de l'IATA, Tony Tyler.



INDUSTRIE

Zone euro: baisse de l'activité manufacturière

L'activité manufacturière de plusieurs pays de la zone euro s'est réduite en août dernier. La France, l'Italie ou l'Espagne ont des indices de directeurs d'achats (PMI) inférieurs à 50%, synonymes de contractions. La zone affiche une moyenne de 49%. Ces résultats sont encore plus bas que les dernières estimations des analystes. Les Etats-Unis, en revanche, ont évité la contraction durant la même période. Leur indice, évalué par l'Institute of Supply Management (ISM), a reculé de 0,3 point pour atteindre 50,6%.

Dégradation dans l'industrie MEM en Suisse

L'industrie suisse des machines, des équipements électriques et des métaux (industrie MEM) a vu sa situation se dégrader au deuxième trimestre 2011. Pour la première fois en quinze mois, les commandes ont reculé, se tassant de 2,6%. En cause, la surévaluation massive du franc et la diminution de 4,9% du prix des exportations au deuxième trimestre, selon Swissmem, l'organisation faitière de l'industrie MEM. Grâce à un bond des commandes entre janvier et mars, le chiffre d'affaire semestriel aura tout de même augmenté de 11,6%. Il reste toutefois inférieur de 20% au chiffre du premier semestre 2008, avant le déclenchement de la crise.

HAUSSE

Swiss



L'agence du transport aérien (ATRA) a établi que Lufthansa, dont Swiss fait partie, est l'une des dix compagnies aériennes les plus sûres au monde. Parmi les dix, on compte aussi Air France-KLM, Japan Airlines ou United Airlines.

Facebook



Le chiffre d'affaires du plus grand réseau social a presque doublé en un an pour atteindre 1,6 milliard de dollars au premier semestre 2011. Facebook pourrait faire son entrée en Bourse en 2012, selon plusieurs observateurs.

Roche



Roche a présenté des résultats de test positifs d'un nouveau médicament pour le cœur, le Dalcetrapib. Le médicament a démontré sa capacité à ralentir la progression de l'athérosclérose. Il représente une manne potentielle de 3 à 8 milliards de francs pour Roche.

Tamedia



Le groupe de presse zurichois a signé son meilleur exercice semestriel de ces six dernières années, principalement grâce à l'intégration d'Edipresse dans son bilan. Tamedia a dégagé un bénéfice net de 87,7 millions de francs, en hausse de 67% par rapport aux six premiers mois de 2010.

BAISSE

UBS



Après Moody's, les agences de notation Fitch et Standard & Poor's ont placé UBS «sous surveillance». Suite à la découverte en septembre d'une fraude à 2,3 milliards de dollars, le CEO Oswald Grübel a donné sa démission à la fin septembre.

Saab



Croulant sous les dettes, le constructeur automobile suédois est au bord du gouffre. Deux syndicats ont demandé sa mise en faillite, expliquant que leurs membres n'avaient toujours pas reçu leurs salaires du mois d'août.

Swisscom



L'opérateur national se voit stoppé net dans le déploiement en cours de son réseau de fibre optique. Le secrétaire de la Commission de la concurrence estime en effet que les projets de Swisscom, dans leur forme actuelle, entravent gravement la concurrence. Le géant bleu espère trouver une solution d'ici à la fin de l'année.

Vögele



Souffrant d'un déficit d'image, le groupe de mode a enregistré une perte semestrielle beaucoup plus élevée que prévue, avec notamment un recul de la marge brut de 63,5%.

La somme dépensée chaque année par la Suisse pour la protection sociale, soit plus du double d'il y a vingt ans.

En milliards de dollars, l'amende que les grandes banques américaines devraient verser pour l'abandon des poursuites judiciaires liées à la crise des subprimes.

Le nombre de cigarettes illicites (marché noir, contrefaçons) écoulées chaque année dans le monde, selon les estimations de British American Tobacco.

La baisse du nombre de touristes qui ont visité l'Egypte au deuxième trimestre 2011, par rapport à la même période de l'an dernier. Ce chiffre marque néanmoins une amélioration par rapport à celui du premier trimestre.

En milliards, le nombre d'applications téléchargées depuis les appareils mobiles en 2011, selon le cabinet Ovum. Android prend la tête du classement devant Apple, avec 8,1 milliards de téléchargements.

En francs, l'épargne moyenne des Suisses, selon le deuxième rapport de la richesse mondiale publié par l'assureur allemand Allianz. Cela fait d'eux les plus grands épargnants de la planète largement devant les Etats-Unis, le Japon, le Danemark et les Pays-Bas. La Suisse profite dans ce classement de la force de sa monnaie.

UP

Les logements en Suisse

Le nombre de nouveaux logements a fortement augmenté en Suisse au cours du deuxième trimestre 2011. D'avril à juin, 11'230 habitations ont été construites, soit une hausse de 13,5% par rapport à la même période en 2010.

Les voitures neuves

Les immatriculations de voitures neuves en Suisse ont augmenté de 9,1% en août 2011, soit 1835 voitures neuves supplémentaires par rapport à août 2010. Cumulée de janvier à août, la hausse s'élève à 6,2% par rapport à l'année précédente.

Les prix en Chine

En juillet, l'inflation a atteint son plus haut niveau en Chine depuis juin 2008, à 6,5%. Le gouvernement avait un objectif de limitation de la hausse des prix à 4% pour l'année.

DOWN

Les ingénieurs en Suisse

Il manque 15'000 ingénieurs en Suisse dans les domaines des mathématiques, de l'informatique, des sciences naturelles et de la technique, selon Economiesuisse et Swiss Engineering. Cette pénurie engendrerait une perte de création de valeur estimée à 2 ou 3 milliards de francs par année.

La croissance en Suisse

Mi-septembre, la Banque nationale suisse (BNS) a révisé à la baisse ses prévisions de croissance pour le pays, s'attendant à une interruption de la croissance au deuxième semestre. La BNS a également révisé à la baisse ses prévisions de hausse des prix, tablant sur un taux de 0,4% en 2011.

Les banques françaises

Victimes des inquiétudes sur la conjoncture mondiale, les titres Société Générale, Crédit Agricole et BNP Paribas ont connu un mois de septembre mouvementé à la Bourse de Paris, avec des valeurs en net recul.



Nespresso invente l'Édition Limitée durable...

SCAN

LIBERTÉ ÉCONOMIQUE:

LA SUISSE AUX AVANT-POSTES

La Suisse maintient son rang parmi les pays les plus libéraux du monde, selon le dernier rapport annuel du Fraser Institute, publié en septembre. Elle figure au premier rang européen et au quatrième rang mondial derrière Hong Kong, Singapour et la Nouvelle-Zélande. A noter que les Etats-Unis rétrogradent de la sixième à la dixième place. Selon le rapport, la Suisse pêche notamment par son protectionnisme agricole et le poids trop élevé de l'Etat. Elle marque en revanche des points aux chapitres de la stabilité du droit, de la sécurité de la propriété privée, du libre-échange international ou encore de la réglementation du marché du travail.

LE YUAN, FUTURE MONNAIE DE RÉSERVE?



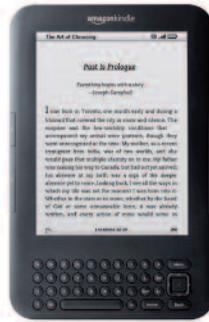
SHARON DRUMMOND

Le yuan chinois pourrait prendre la place du dollar comme première monnaie de réserve de changes d'ici à 10 ans, estiment certains économistes de l'Institut Peterson pour l'économie internationale, basé à Washington. Depuis 2009, Pékin promeut l'utilisation de sa monnaie à l'étranger dans les transactions commerciales. Pour étayer leur analyse, les chercheurs se basent également sur la position de la Chine dans l'économie mondiale, semblable à celle des Etats-Unis dans les années 1970.

Amazon Kindle

VS

Barnes & Noble Nook



EN BREF

Le Kindle est la liseuse d'Amazon.com, leader mondial de produits culturels sur internet. Kindle est le premier succès de l'histoire récente des e-books. Il se décline également en grand format, le Kindle DX.

Le Nook est la liseuse de Barnes & Noble. C'est la première réussite sur le terrain du livre électronique pour une librairie traditionnelle. Le Nook existe en grand format avec écran couleur et tactile.

CARACTÉRISTIQUES

Doté d'un écran 6 pouces non tactile, le Kindle pèse 240 g. L'interaction s'effectue au moyen de boutons pour feuilleter et d'un clavier pour la prise de notes. Amazon propose 950'000 livres payants et le Kindle peut en contenir 3500 avec sa mémoire de 4 G (non extensible).

Avec un écran tactile de 6 pouces, le Nook pèse 212 g. Livré avec une capacité de 2 G, il peut contenir environ 1500 ouvrages. Gros avantage, la mémoire est extensible jusqu'à 32 G. Barnes & Nobles possède le plus grand catalogue de e-books avec un total de 2 millions de livres et magazines.

CONNEXION

La liseuse d'Amazon fonctionne en Wifi ou en «global 3G». Cette option permet de surfer gratuitement sur les réseaux 3G dans plus de 100 pays en dehors des Etats-Unis, gratuitement. Le «global 3G» constitue l'avantage principal du Kindle par rapport à la concurrence.

Le Nook fonctionne en Wifi avec de nombreuses options de réseaux gratuits aux Etats-Unis, dans les librairies Barnes & Nobles et dans les hotspots AT&T. Pour l'instant, il n'est pas possible de télécharger des e-books hors du territoire américain.

PRIX

139 \$ pour le modèle global 3G et Wifi (offre spéciale avec des pubs sur l'écran de veille)

139 \$ pour le modèle Wifi sans 3G.

CHIFFRES

AMAZON (AMZN)	AMZN,U	BARNES & NOBLE (BKS)	BKS,U
SIÈGE SOCIAL		NEW YORK	
SEATTLE			
CEO		WILLIAMS J. LYNCH JR.	
JEFFREY P. BEZOS			
CHIFFRE D'AFFAIRES		CHIFFRE D'AFFAIRES	
9,91 MIAS \$ (DEUXIÈME TRIMESTRE 2011)		6,99 MIAS \$ (DEUXIÈME TRIMESTRE 2011)	
BÉNÉFICE		BÉNÉFICE	
211 MIOS \$ (DEUXIÈME TRIMESTRE 2011)		252 MIOS \$ (DEUXIÈME TRIMESTRE 2011)	
EFFECTIFS		EFFECTIFS	
33'700		35'835	



Voici *Dhjana*, un Grand Cru entièrement issu de notre programme AAA*.



Depuis 2003, le programme *Nespresso* AAA Sustainable Quality™*, en collaboration avec l'ONG The Rainforest Alliance, œuvre pour un engagement long terme avec les producteurs, afin de proposer des cafés d'exception, améliorer leur qualité de vie, augmenter le rendement

des plantations et préserver le milieu naturel. 60 % de notre production de café vert provient de fermes associées au programme. Notre objectif : parvenir à 80 %, d'ici 2013. Pour plus de renseignements, rendez-vous sur www.nespresso.com/dhjana

NESPRESSO®

Le café corps et âme

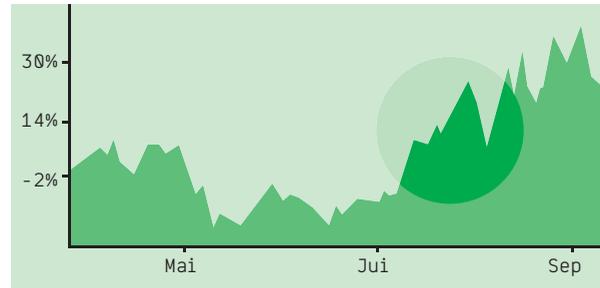
* Le programme *Nespresso* AAA pour une qualité durable

VARIATIONS

FRESNILLO

Le 14 juillet 2011, le groupe minier britannique a annoncé une production record d'or et d'argent durant le deuxième trimestre de l'année 2011. Fresnillo PLC a de plus confirmé qu'il atteindrait ses objectifs pour 2011. Le lendemain, JP Morgan a rehaussé sa note de «Neutral» à «Overweight».

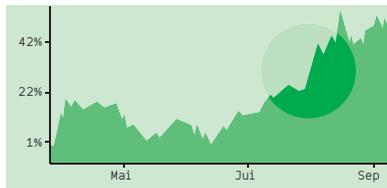
En revanche, les chiffres semestriels de la société d'exploitation d'or et d'argent, publiés le 2 août dernier, ont été décevants. Le produit net s'est élevé à 422 millions de dollars au premier semestre 2011, en excluant Silverstream, contre une estimation de Citi se situant aux alentours de 467 millions. Dans le même temps, Deutsche Bank a néanmoins relevé son objectif de cours de 1480 p à 2000 p, estimant que la société était toujours en piste pour atteindre ses objectifs. Le cours Fresnillo a connu



un net rebond (de 24% environ) suite au relèvement de la note de Bank of America Merrill Lynch de 1650 p à 1850 p. La banque mentionne de surcroît que, malgré l'inflation galopante dans le secteur minier, le groupe résiste bien à la pression.

■ FRES,GB

RANDGOLD RESOURCES



Le minier africain Randgold Resources a annoncé un résultat lié au deuxième trimestre 2011 en forte

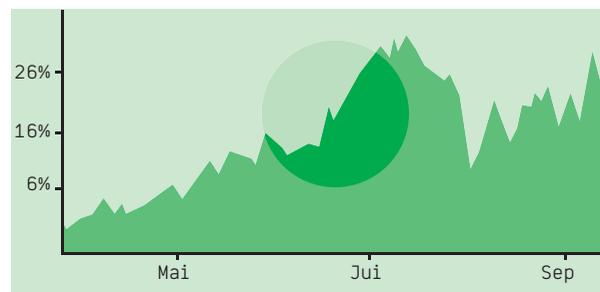
hausse comparé à la même période une année plus tôt. Ces bonnes performances sont le fruit de l'exploitation des nouvelles mines Tongon et Goukoto, respectivement en Côte d'Ivoire et au Mali. Randgold prévoit une production de l'ordre de 750'000 à 790'000 onces d'or sur l'année 2011, soit une hausse d'environ 70% par rapport à la production de 2010. Le profit net par action est ainsi passé de 0,46 dollars au premier trimestre 2011 à 1,24 dollars à la fin juin

2011, dépassant les prévisions des analystes de 0,73 dollars de PER par action. Mark Bristow, CEO de Randgold, a affirmé que ce niveau de production allait être maintenu pour les deux prochains trimestres 2011, compte tenu des fondamentaux actuels et des prévisions en termes de production. Ces prévisions confirment l'analyse de Morgan Stanley qui considère Randgold Resources comme étant sous-évaluée avec un objectif de cours de 4300 p. ■ GOLD,U

SUEDZUCKER

A la mi-mai, le leader européen du sucre – avec 29 fabriques de sucre et trois raffineries – a acquis 25% du capital de ED&F Man, deuxième plus grand revendeur de matières premières telles que le café, le sucre ainsi que la mélasse, pour un montant de 225 millions de dollars. Suite à cette acquisition, HSBC a augmenté son prix cible de 21 à 24,50 euros. Fin juin, la Deutsche Bank a augmenté ses estimations de cours de 23.50 à 26 euros et HSBC a réitéré son optimisme et augmenté son objectif de cours de 24,50 à 28,50 euros.

En juillet, SuedZucker a annoncé de bons chiffres, dont un profit net au premier trimestre en augmentation de 27% sur l'année, à 92 millions d'euros,



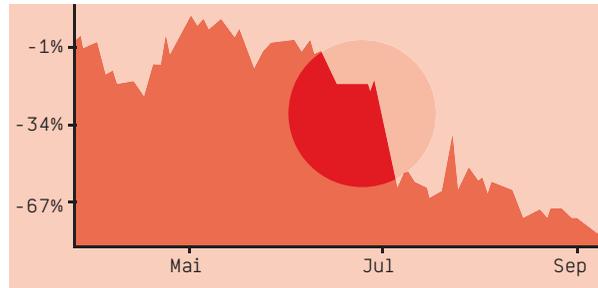
grâce notamment à une forte demande en provenance d'Europe de l'Est et dans le domaine du bioéthanol.

■ SZU,X

SWISSMETAL

Le cours de l'action Swissmetal a chuté de 75,54% entre avril et septembre. C'est surtout durant l'été que la baisse s'est renforcée, suite à la publication des résultats semestriels. Le groupe métallurgique a enregistré une perte nette de 76,7 millions de francs au 1^{er} semestre. En plus de pertes opérationnelles importantes, le franc fort et les prix élevés du cuivre ont fortement pesé sur l'entreprise. La perte nette pour ce 1^{er} semestre 2011 s'élève à 76,7 millions de francs contre 9,6 millions durant les six premiers mois de 2010. Autre signe préoccupant, plus de la moitié des fonds propres a été épuisée.

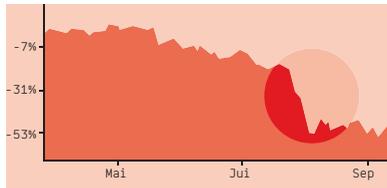
Comme plan d'assainissement, l'entreprise a décidé de diminuer le nombre de postes en prévoyant une



réduction de 268 emplois. Toutefois, suite à un accord avec la banque créancière BNP Paribas et le commissaire provisoire au sursis concordataire, le nombre de licenciements a été ramené à 182.

SMET,1

VEOLIA ENVIRONNEMENT



Veolia Environnement, leader mondial des services à l'environ-

nement, a vu pour la première fois le prix de son action descendre en dessous des 10 francs, suite à la publication de ses résultats en août. La société a publié une perte nette de 67,2 millions d'euros pour le premier semestre, plombée par des dépréciations d'actifs exceptionnelles de 800 millions d'euros. Sur le premier semestre, le résultat opérationnel récurrent s'est affiché en retrait de 7,2% à 937,8 millions d'euros. Le chiffre d'affaires s'est, en

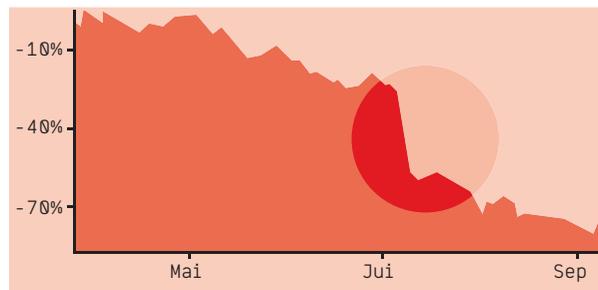
revanche, inscrit en hausse de 15,5% à 16,3 milliards d'euros.

Afin de combler ses déficits, le groupe de services, présent dans l'eau, les déchets et les transports, a indiqué vouloir recentrer ses activités sur un nombre restreint de pays et réduire davantage ses coûts. Dès 2013, ses activités devraient être concentrées sur moins de 40 pays, contre 77 actuellement.

VIE,E

THOMAS COOK

Les actions du titre Thomas Cook, l'un des plus grands groupes touristiques du monde, ont chuté de plus de 65% entre mai et septembre 2011, suite à la publication de résultats très décevants au deuxième trimestre et au départ précipité de son CEO Manny Fontenla-Novoa. On note un fort ralentissement du profit, passant de 25,8 millions de pounds l'an passé à 20,1 millions cette année, dû principalement aux troubles causés par les cendres du nuage volcanique islandais, à une mauvaise performance sur le marché britannique et à l'instabilité géopolitique qui règne sur l'ensemble de la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord. Le CEO du groupe, Michael Beckett, a annoncé des mesures de diminution des coûts mais



aussi une joint-venture avec VAO Intourist, qui fournit une entrée sur le marché du tourisme russe.

TCG,GB

NOMINATIONS

Hansueli Loosli président du conseil d'administration de Swisscom

Hansueli Loosli a pris la présidence du conseil d'administration de Swisscom le 1^{er} septembre dernier. Agé de 56 ans, il remplace Anton Scherrer, qui avait annoncé son retrait du conseil d'administration en 2009. De formation commerciale, Hansueli Loosli est titulaire d'un diplôme d'expert en finance et controlling. Il a travaillé pour des entreprises comme Volg, BBC ou Mövenpick. Il a également été directeur de magasin chez Waro et chez Coop. Son dernier poste en date était celui de président de la Direction générale de Coop en Suisse.

☒ SCMN



Catherine Duttweiler à la comm' de la BCBE

La journaliste Catherine Duttweiler a été nommée responsable de la communication de la Banque Cantonale bernoise (BCBE). L'ancienne rédactrice en chef du journal «Bieler Tagblatt» devrait prendre ses fonctions au plus tard à la fin février 2012. Agée de 49 ans, Catherine Duttweiler a suivi des études de traduction et d'interprétation à l'Université de Genève et l'Ecole de journalisme de la maison Ringier. Elle a travaillé entre autres au «Sonntags Zeitung», pour «Facts» et pour la «Basler Zeitung».

☒ BEKN,1



Jörg Henseleit directeur d'Orange Business Services Suisse

L'Allemand Jörg Henseleit, 51 ans, a été nommé directeur général d'Orange Business Services Suisse, une branche qui fournit des services informatiques et de télécommunications aux multinationales installées en Suisse. Après un début de carrière chez IBM, il a occupé des postes à responsabilité chez PricewaterhouseCoopers et Unisys. Il a ensuite rejoint Verizon en 2006, d'abord en tant que directeur des comptes internationaux pour la Suisse, la France et l'Allemagne, puis en tant que directeur pour la Suisse en 2008. Il a ensuite occupé le poste de directeur général de KPN Getronics en Allemagne.

☒ FTE,E



Martin Wyss délégué de la BNS aux affaires régionales

Martin Wyss a pris ses nouvelles fonctions de délégué aux relations avec l'économie régionale pour la Banque nationale suisse (BNS). L'homme désormais responsable du «Mittelland» succède à Anne Kleinewefers Lehner. Diplômé d'un doctorat en sciences économiques, Martin Wyss a travaillé plusieurs années au Centre d'étude de Gerzensee de la Banque nationale. Il a ensuite rejoint l'état-major à Berne. La Banque nationale suisse emploie huit délégués pour l'économie régionale, chargés de récolter des informations auprès des entreprises, ainsi que de les informer sur la politique de la BNS.

Diego Gabathuler nouveau Country Manager chez Logitech

Diego Gabathuler a été nommé Country Manager en Suisse pour l'entreprise spécialisée dans les périphériques informatiques Logitech. Agé de 37 ans, l'homme est entré en fonction le 1^{er} octobre. Diego Gabathuler est titulaire d'un Master of Science in Business Administration obtenu en 2007. Il a travaillé entre autres chez Ivolcar Vivadent, et chez le numéro deux mondial du jeu vidéo Electronic Arts, où il est devenu directeur marketing et ventes, ainsi que membre de la direction. Dernièrement, il occupait le poste de General Manager chez Activision Blizzard, le leader mondial du jeu vidéo.

☒ LOGN,1

Un marché
clôture, un
autre ouvre.

Accédez à
un monde
d'opportunités
avec iShares.



Sur les marchés internationaux, les opportunités peuvent venir de tous les horizons, mais tous les supports d'investissement n'offrent pas la même liberté pour en profiter. En tant que leader mondial, nous proposons la plus large gamme d'ETF à réplique physique sur toutes les grandes classes d'actifs (actions, taux et matières premières des marchés développés et émergents). Entrez dans un monde d'opportunités avec les ETF iShares.

Découvrez la différence iShares.
iShares.ch | 0800 33 66 88

BLACKROCK®

Ce document émis par BlackRock Advisors (UK) Limited, société autorisée et réglementée par la Financial Services Authority ("FSA"), est destiné exclusivement à la Suisse. iShares plc, iShares II plc et iShares III plc (ensemble ci-après les "Sociétés") sont des sociétés d'investissement à capital variable ayant une responsabilité séparée entre leurs fonds et régies selon les lois d'Irlande et autorisées par le Financial Regulator. L'autorité fédérale de surveillance des marchés financiers FINMA a autorisé BlackRock Asset Management Schweiz AG, Claridenstrasse 25, 8002 Zurich à agir en tant que représentant suisse et JPMorgan Chase Bank, National Association, Columbus, Zurich branch, Dreikönigstrasse 21, 8002 Zurich à agir en tant que banque dépositaire des Sociétés. Le prospectus, le prospectus simplifié, les statuts, les rapports semestriels et annuels les plus récents ainsi que tous les rapports précédents des Sociétés, de même que la liste des achats et des ventes réalisés au nom des Sociétés sont disponibles gratuitement auprès du représentant suisse. Avant d'investir, veuillez lire attentivement le prospectus dont vous pouvez obtenir copies auprès du représentant suisse. Les performances passées ne préjugent pas des performances futures et elles ne sont pas constantes dans le temps. "iShares" est une marque déposée par BlackRock Institutional Trust Company, N.A. © 2011 BlackRock Advisors (UK) Limited. Tous droits réservés. 3211.



**«SGS dispose d'un savoir-faire
exceptionnel et d'un matériel
à la pointe du progrès.»**

Jean-Philippe Bertschy, analyste à la banque Vontobel

Inspection technique d'un rail de métro à Shanghai. Au moyen d'un appareil à ultrason, l'expert de SGS cherche d'éventuelles failles dans les soudures.

SGS, LE SUISSE QUI CERTIFIE LES MARCHANDISES DU MONDE ENTIER

L'entreprise basée à Genève domine depuis près de 150 ans le marché mondial du contrôle et de la vérification. Portrait d'un géant méconnu du grand public.

Par Martin Longet



Port d'Amsterdam, 5 h du matin. Aux premières lueurs de l'aube, un homme inspecte minutieusement le contenu d'un container déchargé devant ses yeux. Au même moment, dans les profondeurs d'une mine de fer à Guanajuato, au Mexique, ou encore sur le chantier d'un gratte-ciel de Hong Kong, ses collègues sont à pied d'œuvre, testant, mesurant, vérifiant et contrôlant des milliers de produits, cargaisons ou entreprises...

Forte de quelque 1250 représentations dans le monde, SGS (pour Société Générale de Surveillance) domine le marché mondial du contrôle et de la vérification. La multinationale suisse a réalisé un chiffre d'affaires de 4,8 milliards de francs au premier semestre 2011, un montant que Chris Kirk, CEO de SGS depuis 2006, ambitionne de porter à 8 milliards en 2014, selon les objectifs de sa stratégie d'acquisitions et de croissance.

Les activités de l'entreprise suisse vont du contrôle de pièces pour l'industrie automobile à l'inspection de cargaisons, en passant par des tests alimen-

taires. Pas moins de 10 secteurs d'activités sont concernés: agriculture, minerais, pétrole, gaz et produits chimiques, biologie, tests consommateurs, certifications de systèmes et services, gouvernements et institutions, industrie, environnement et automobile. Si, à elle seule, la division «pétrole, gaz et produits chimiques» représente aujourd'hui 20% du chiffre d'affaires, ce sont les services liés à l'agriculture, autrement dit l'inspection des cargaisons de céréales, qui ont constitué jusque dans les années 1950 le cœur des activités de la multinationale [lire l'encadré en p. 27].

SGS est également spécialisée dans les certifications de processus (par exemple la mise en place et l'exécution d'un ordre dans une entreprise), vérifiant leur conformité avec les normes ISO, édictées par l'Organisation internationale de normalisation. Ces standards internationaux sont mis à jour fréquemment et doivent être obtenus et repassés régulièrement par les entreprises. Une manne pour SGS, auprès de laquelle 97% des clients renouvellent leur certification ISO.

«Les inspecteurs que nous employons sont des professionnels dans leurs domaines respectifs et doivent passer des examens auprès d'organismes autorisés qui les habilitent à réaliser des certifications», précise Jean-Luc Debuman, porte-parole de l'entreprise à Genève. Il ajoute que SGS peut également être mandatée par une entreprise pour inspecter un tiers (avec son accord). Il peut s'agir, par exemple, dans le cas d'une entreprise d'informatique, d'un fournisseur de matériel électronique.

«SGS est une entreprise de tout premier choix», affirme Jean-Philippe Bertschy, analyste à la banque Vontobel, qui souligne les excellentes performances de la multinationale dans ses divisions minerais, pétrole, gaz et produits chimiques et tests consommateurs, avec des marges de respectivement 18,4%, 13% et 23,6% au premier semestre 2011.

«SGS dispose d'un savoir-faire exceptionnel et d'un matériel à la pointe du progrès. Dans les processus de raffinage et d'exploration de nouvelles mines par exemple, ses concurrents n'ont tout simplement pas l'équipement nécessaire pour rivaliser.» La division automobile se porte également très bien (chiffre d'affaires en hausse de 57,6% par

rapport au premier semestre 2010 en taux de change constants), soutenue par la récente acquisition de General de Servicios ITV, une filiale de Fomento de Construcciones y Contratas, qui gère des dizaines de centres d'inspection automobile en Argentine et en Espagne.

SGS se partage le marché avec ses deux principaux concurrents, le français Bureau Veritas et l'anglais Intertek

SGS se partage le marché de la vérification et du contrôle avec ses deux principaux concurrents, le français Bureau Veritas et l'anglais Intertek, tous deux nés, à l'instar de SGS, au XIX^e siècle. Ainsi, le français Bureau Veritas, principal concurrent de SGS, déclarait un chiffre d'affaires de 2,9 milliards d'euros en 2010 (+10,6% par rapport à l'exercice précédent), contre 1,34 milliard de pounds pour l'anglais Intertek (+9% en taux de change constants), des progressions qui se sont confirmées au premier semestre 2011.

Dans ce ciel presque sans nuage, la force actuelle du franc suisse pèse toutefois sur les comptes



Un expert de SGS analyse la structure d'un tuyau d'acier (ici dans un bâtiment en Corée du Sud) pour détecter la présence éventuelle d'hydrogène, source de défaut. Les données sonores sont converties en images numériques permettant de localiser les possibles défauts.

Avis d'analystes

«SGS est mieux lotie que la plupart des valeurs industrielles suisses»

Bien que touchée par la hausse du franc, SGS devrait néanmoins surmonter sans trop de mal cette situation. «Les fondamentaux de l'entreprise sont solides. Et SGS est mieux lotie que la plupart des valeurs industrielles suisses», constate Jean-Philippe Bertschy, de Vontobel.

«Le franc fort pénalise doublement l'industrie d'exportation,

à la fois sur le taux de change rapporté en francs suisses, qui rogne les marges, et surtout en rendant les prix suisses prohibitifs à l'étranger. Pour SGS, dont les activités en Suisse ne constituent qu'un petit pourcent de son chiffre d'affaires, il n'y a pas de problème de prix à l'exportation.» Et en dehors de la problématique liée au franc fort, l'entreprise a de sérieux atouts

à faire valoir. «SGS dispose d'un excellent réseau et d'une réputation à la hauteur de son ancienneté. Même si dans le contexte du franc fort l'objectif d'un chiffre d'affaires de 8 milliards en 2014 semble désormais inatteignable, SGS devrait s'assurer une croissance organique de 11%, notamment par le biais de sa stratégie d'acquisition de champions locaux.»



© 1997-2011 SGS SA

de SGS, qui réalise son chiffre d'affaires dans 92 devises différentes. Comme l'ensemble de la place économique suisse, les marges de l'entreprise gagnées à l'étranger ont été durement entamées par un taux de change très défavorable. Si le franc fort a au moins ceci de positif qu'il permettra à l'entreprise de mener à bien ses plans d'acquisitions à moindre coût, il continuera d'exercer une influence négative sur les performances de la compagnie exprimées en francs suisses. Confiants néanmoins dans les capacités de la multinationale de survoler cette zone de turbulences sans trop de frais, les analystes de Vontobel émettaient en août un prix cible de 1700 francs pour l'action SGS à un an. ▲ ☒ SGSN,1



A l'origine, une idée révolutionnaire

Le leadership de SGS repose en grande partie sur son implantation très ancienne. A l'époque de sa création à Rouen en 1878, alors que le commerce mondial est en pleine expansion, il n'existe pas de mécanisme de contrôle des cargaisons de céréales à leur arrivée. Les importateurs n'ont donc aucune garantie quant à la quantité réelle de marchandises qu'ils vont effectivement réceptionner, qui est souvent bien inférieure à la quantité chargée, vols et pertes étant monnaie courante.

Deux hommes, un Letton et un Autrichien, s'associent et proposent aux importateurs un service révolutionnaire: inspecter les cargaisons de céréales au départ et à l'arrivée pour le compte des importateurs en prenant en charge toute éventuelle disparité constatée entre les quantités de départ et d'arrivée. En échange, leurs clients leur verseront une commission calculée sur la valeur de la cargaison. L'idée remporte un succès immédiat et, en l'espace d'un an, les deux associés ont déjà ouvert des bureaux au Havre, à Dunkerque et à Marseille. Les 45 bureaux de la Société Générale

de Surveillance inspectaient déjà 21 millions de tonnes de céréales par année lorsque éclate la Grande Guerre qui contraindra la compagnie à déplacer son quartier général à Genève.

Les besoins en certifications et en processus de contrôle efficaces augmentant naturellement dans le cadre d'une économie mondiale en perpétuelle sophistication, la compagnie va logiquement développer son champ de compétences.

Alors que la division agriculture compte pour encore 80% de son chiffre d'affaires en 1950, SGS entame cette même décennie un tournant décisif en faisant le choix de la diversification.

Après l'inspection des machines, la division pétrole et gaz voit le jour, bientôt suivie de l'environnement, des sciences de la vie et des autres départements qui forment l'armature actuelle de SGS. Devenue publique en 1981, SGS s'agrandit en multipliant les acquisitions et investit les marchés émergents, Asie et Ex-Républiques soviétiques en tête.

ANALYSES

ET CONSEILS POUR INVESTISSEURS

Marché de l'alcool: une période difficile pour les producteurs de bière

Confrontées à une forme de saturation en Occident, les grandes multinationales de l'alcool misent sur les marchés émergents pour assurer leur croissance. Mais avec des fortunes différentes. Explications.

On observe depuis quelques années une baisse continue de la consommation d'alcool sur les marchés occidentaux, arrivés à saturation. Aujourd'hui, les grands noms de l'alcool se tournent vers les marchés émergents, Chine et Brésil en tête, où le potentiel de croissance est encore très intéressant, tant au niveau de la consommation de boissons alcoolisées que de l'évolution de l'économie domestique.

Ces marchés réussissent en premier lieu aux spiritueux actifs dans le créneau haut de gamme, tel le français Rémy Cointreau (propriétaire des marques Rémy Martin, Cointreau et Passoa) qui réalise 33% de son chiffre d'affaires en Asie, surtout en Chine, principalement avec ses cognacs. Pernod-Ricard a aussi su se profiler sur le marché chinois et fait des efforts appréciables pour gagner des parts de marché.

Du côté des brasseurs, la situation est plus contrastée. Opérant sur un marché de très large consommation, leurs marges sont beaucoup plus sensibles aux fluctuations à la hausse du prix des matières premières, qu'ils peuvent plus difficilement répercuter sur le prix de leurs produits, surtout en période de ralentissement économique. De plus, même si une tendance à la concentration ressort clairement des mouvements de ces dernières années, à l'exemple de Anheuser-Busch InBev, le producteur de la Budweiser issu de la fusion entre Anheuser-Busch et InBev en 2008, le marché européen reste très fragmenté et la marge de croissance d'autant plus limitée, voire nulle.

Les groupes tels Heineken, qui réalisent une partie importante de leur chiffre d'affaires en Europe de l'Ouest, cherchent à compenser ces pressions par une

présence dans des marchés émergents ciblés, comme l'Amérique latine ou l'Afrique.

D'autres se sont tournés vers l'Europe de l'Est, comme Carlsberg qui avait fait une entrée remarquée en Russie en prenant possession de Baltika, première marque de bière locale. Mais la récente hausse de taxes décidée par le gouvernement russe en vue de lutter contre l'alcoolisme





KAL PFAFFENBACH/REUTERS

Jovial attroupement autour d'une chope d'un litre de bière, en ouverture de l'Oktoberfest de Munich (17 septembre 2011).

a porté un sérieux préjudice aux marges réalisées par Carlsberg en Russie.

En résumé, une période difficile s'annonce pour les producteurs de bière, et même si des titres comme Carlsberg et Heineken restent d'excellentes valeurs, il vaut mieux attendre jusqu'au printemps 2012 pour avoir une meilleure visibilité concernant l'évolution de leurs affaires.

Pour ce qui est des spiritueux, les valeurs gagnantes sont clairement celles qui ont su se profiler dans le haut de gamme sur les marchés émergents, telles Rémy Cointreau, dont la valeur a augmenté de 19% depuis le début de l'année mais qui garde un fort potentiel de croissance. Pernod-Ricard, bien que moins performant en termes boursiers, peut également être considéré comme un investissement intéré-

sant au vu de son prix sous-évalué et de ses bonnes perspectives de croissance. ▲



Ute Schulthess
Portfolio manager
Crédit Agricole Suisse
Private Banking
Genève



L'or, nouveau roi des valeurs refuges

Alan Greenspan, ancien président de la Réserve Fédérale, disait un jour que «l'or continue de régner en maître sur le système financier car il est la source ultime de paiement». Maintenant que l'or arrive en tête des valeurs refuges négociables, on ne peut que lui donner raison.

Sur les marchés financiers, rares sont les valeurs négociables pouvant réellement être considérées comme des «valeurs refuges» – des valeurs sur lesquelles les investisseurs se rabattent en période d'incertitude. Il y avait les bons du Trésor américain, le dollar, le yen, le franc suisse. Mais avec les changements de l'environnement macroéconomique, les investisseurs ne voient plus les valeurs refuges historiques du même œil, et d'ici à ce que certaines monnaies asiatiques deviennent plus facilement négociables, (voir nos considérations à ce propos dans le numéro précédent), l'or reste la «valeur refuge» négociable de choix.

Les perspectives générales pour le second semestre 2011 se font de plus en plus sombres, et la demande pour l'or s'est accrue d'autant. Les décideurs européens restent incapables de trouver une solution au problème des dettes souveraines qui plombent la viabilité et la légitimité de la monnaie unique. De leur côté, les Etats-Unis sont aux prises avec leur propre crise de la dette, ce qui a amené l'agence de notation S&P à commettre l'impensable et à les déloger de leur piédestal en leur retirant leur note AAA fétiche. Etant donné le climat politique tendu aux Etats-Unis, qui ne peut que se détériorer à l'approche des élections présidentielles de 2012, il y a peu de chances qu'il s'y trouve quelqu'un pour tenir le discours nécessaire.

Jusqu'ici, les valeurs négociables refuges privilégiées étaient le dollar et les bons du Trésor américain. Dans le passé, l'exemple même du comportement «risk-off» était celui de l'investisseur qui se débarrassait précipitamment de ses actifs à risque pour acheter du dollar et des bons du Trésor. En 2008, lorsque les premières secousses de la crise financière se faisaient sentir avec l'effondrement de Lehman Brothers, le dollar américain était l'actif de choix des investisseurs. Le billet vert et les bons du Trésor ont bénéficié du mouvement de fuite vers

les valeurs refuges. Les nombreux rebondissements de la crise de la dette ont profité au dollar américain et aux bons du Trésor. Cela dit, les autres agences de notation ne se feront pas faute d'abaisser à leur tour la note de la dette américaine. Non seulement les bons du Trésor y perdront leur aura de placement «sans risque», mais on pourra voir dans cette dégradation un verdict clair sur la faiblesse du dollar. C'est ainsi qu'au fur et à mesure que les risques successifs se concrétisaient, les investisseurs ont thésaurisé l'or, et ils continueront à le faire.

Quant aux autres monnaies «refuges», le yen et le franc, elles ont toutes deux perdu de leur lustre avec les interventions de leurs banques d'émission. Alors que l'économie japonaise est toujours à la peine, la banque centrale du Japon (BoJ) ne se fait pas prier pour faire baisser le cours de sa monnaie et pour intervenir directement à cette fin. Après tout, la dette publique brute du Japon excède celle, cumulée, de tous les pays de l'eurozone, alors même que l'économie japonaise représente moins de la moitié de celle de l'eurozone. Ce n'est qu'une question de temps avant que les investisseurs ne s'aperçoivent que le yen n'est pas une monnaie sûre pour leurs placements.

Au début septembre, en fixant un cours plancher du franc de 1,20 par rapport à l'euro, la Banque nationale suisse a encore précipité l'accession de l'or au rang de première valeur refuge. Jusqu'ici, la devise suisse avait la faveur de tous ceux qui fuyaient les incertitudes des marchés européens et américains. Maintenant que le franc ne peut plus fluctuer librement et que la Suisse a opté pour une politique de taux d'intérêt zéro (pour dissuader les investisseurs en quête de sécurité d'opter pour le franc), l'or est à l'évidence leur dernier recours. Certes, il faut s'attendre à voir le cours de l'or reculer dès lors que l'appétit du risque progresse et que la peur de l'inflation s'apaise, mais une fois que ces risques seront de retour, l'or continuera de s'apprécier. ▲

Peter A. Rosenstreich,
Chief FX Analyst, Swissquote

10 QUESTIONS À DOMINIQUE TURPIN, PRÉSIDENT DE L'IMD À LAUSANNE

«Avec l'âge, la rationalité a tendance à prendre le dessus»



Dominique Turpin, 54 ans, est président de l'IMD à Lausanne depuis juin 2010. Titulaire d'un doctorat en économie de l'Université Sophia de Tokyo, il a travaillé comme consultant pour de nombreuses multinationales et a occupé des positions éditoriales dans les revues «Long Range Planning Journal» et «Singapore Management Review». Auteur de nombreux articles scientifiques, Dominique Turpin est spécialisé dans l'étude du marketing (brand management).

1. Quel a été votre premier investissement ?

Il remonte à l'époque du lycée... Je devais avoir 14 ou 15 ans. Suite à un cours d'introduction à la Bourse par notre professeure d'histoire-géo, j'ai immédiatement placé quelques économies. Je ne me souviens malheureusement plus quel était l'objet de l'investissement ni le résultat obtenu!

2. En tant qu'investisseur, êtes-vous plutôt rationnel ou plutôt émotionnel ?

J'essaie d'être le plus rationnel possible, même si on ne peut jamais se défaire complètement de la dimension émotionnelle, ou d'un attachement irraisonné pour certaines valeurs ou marques. Je constate cependant qu'avec l'âge la rationalité a tendance à prendre le dessus sur les émotions.

3. Un investissement vous a-t-il déjà empêché de dormir ?

Non, car j'évite d'investir dans des valeurs à risque ou hautement spéculatives. Par contre, les incertitudes des marchés, que je ne maîtrise pas, ont pu me causer davantage de souci.

4. Quel a été votre meilleur investissement ?

Sans hésiter, un placement réalisé il y a une dizaine d'années dans Medtronic, leader dans la fabrication de pacemakers, dont le siège européen est situé à Tolochenaz. J'avais rencontré Bill George, le CEO de l'époque, qui m'avait fait très forte impression, suite à quoi j'avais investi dans cette entreprise, ce qui s'est révélé un très bon choix.

5. Comment reconnaissez-vous de bonnes opportunités de placement ?

Dans le cadre de ma profession, j'ai la chance de voyager régulièrement et de rencontrer des personnes très intéressantes, notamment dans les pays émergents, qui me donnent des informations de première main.

6. Quand devenez-vous prudent et quels sont les signaux d'alarme ?

Une euphorie soudaine ou au contraire une aversion irrationnelle pour un produit ou un secteur sont des signes qui ne trompent pas. Dans ces cas-là, la prudence impose de ne pas suivre le mouvement de foule. Je m'abstiens également d'investir dans des produits que je ne comprends pas où qui manquent de clarté.

7. Quelle est votre recette antistress ?

Eteindre mon écran d'ordinateur et penser à autre chose! Même s'il est difficile de couper complètement, il faut essayer de mettre les émotions de côté et de garder une vision à long terme. C'est le meilleur moyen de traverser une zone de turbulences sans y laisser sa santé mentale.

8. Quelle est votre règle d'or en matière d'investissement ?

Miser sur le long terme, diversifier ses placements et n'investir que dans ce que l'on comprend!

9. Et quelle est la plus grande erreur qu'un investisseur puisse commettre ?

Succomber à l'émotion et investir dans ce que l'on ne comprend pas.

10. Où se trouve actuellement le plus gros potentiel d'investissement ?

Sans aucun doute dans les puissances émergentes, telles que le Brésil, l'Inde, ou la Chine. Je pense notamment aux matières premières, mais aussi à des sociétés du secteur secondaire et agroalimentaire. ▀



 Casual games,
le boom des jeux
grand public
P. 34

 Consoles de jeux:
les constructeurs
sous la loupe
P. 42

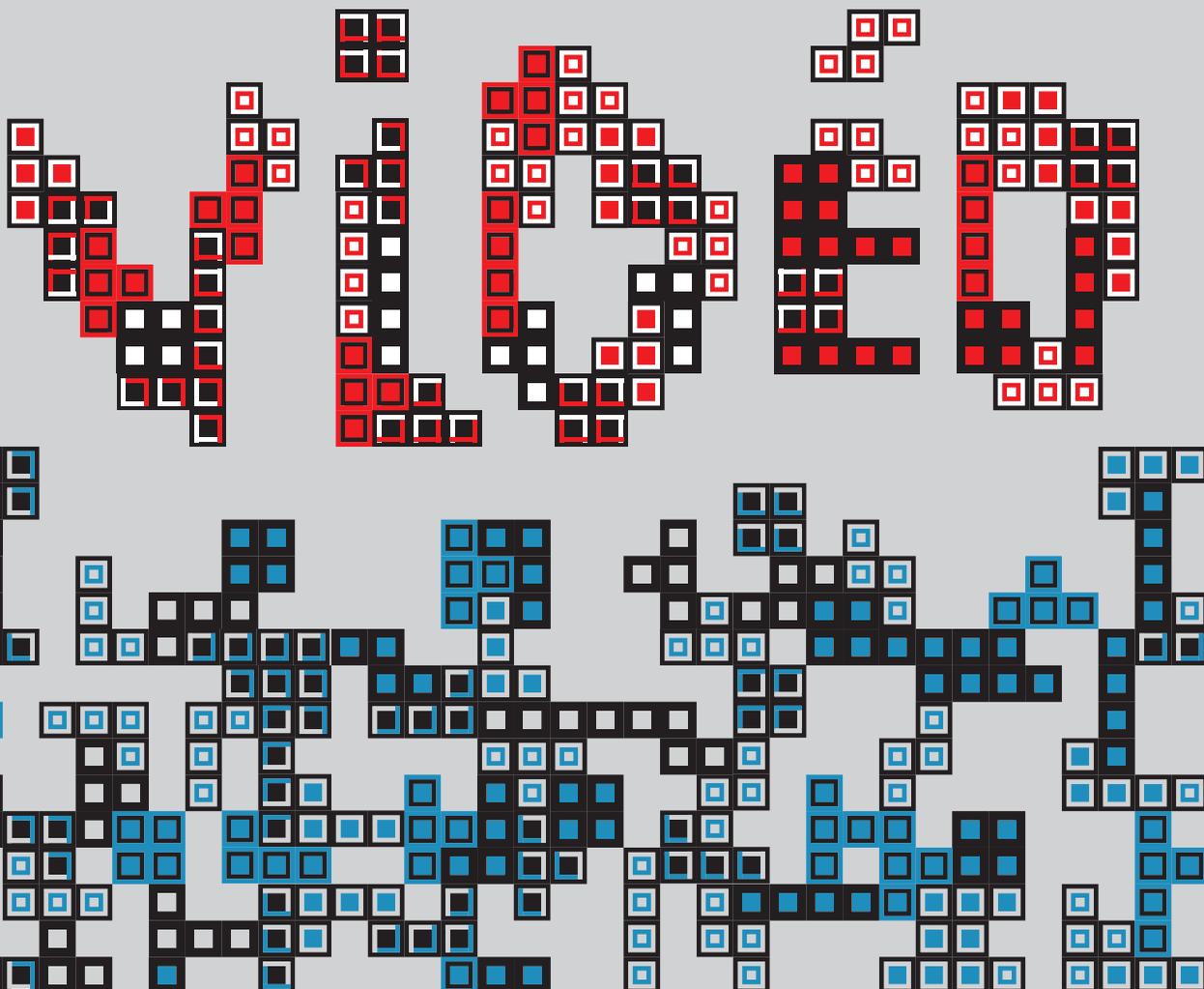
 Jeu vidéo japonais:
la fin d'un empire
P. 56

 La guerre des puces
graphiques s'étend
sur smartphones
et tablettes
P. 62

 Free-to-play:
la gratuité
rapporte
P. 39

 Les éditeurs
contraints de
se réinventer
P. 50

 Blizzard,
les raisons
d'un succès
P. 58





Casual games, le boom des jeux grand public

Facebook prévoit 1 milliard de revenu issu des «casual games» en 2011. Ces mini-jeux pour PC et smartphones, au principe ultra-simple, sont devenus le nouvel eldorado de l'industrie vidéoludique.

Par Didier Bonvin

Les casual games, ces mini-jeux au fonctionnement basique, chamboulent l'industrie du jeu vidéo. Rovio, la compagnie finlandaise derrière Angry Birds, un des titres pour smartphones les plus populaires du genre, pèserait 1,2 milliard de dollars selon les dernières estimations. Le PDG de Rovio, Mikael Hed, a confirmé l'introduction en Bourse de sa compagnie «dans deux ou trois ans». Elle s'attend à générer entre 50 et 100 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2011. Au total, Angry Birds a été téléchargé 350 millions de fois à ce jour.

Le succès des casual games, qui se développent essentiellement sur les smartphones et les réseaux sociaux, s'explique en grande partie par leur principe simple, voire simpliste. N'importe qui, joueur confirmé ou non, peut les prendre en main en quelques secondes, d'où un marché potentiel gigantesque.

Gratuits ou d'un prix dérisoire – autre raison de leur succès –

ces jeux sont aujourd'hui joués partout, des files d'attente aux transports publics. En face, le jeu vidéo classique sur console de salon, davantage destiné aux gamers purs et durs, demande un investissement en temps et en apprentissage beaucoup plus important de la part des joueurs.

Gratuits ou d'un prix dérisoire, ces jeux sont aujourd'hui joués partout

Le business model des casual games se base essentiellement sur deux sources de revenus: la publicité embarquée, d'une part, mais surtout les achats de biens virtuels. L'exemple le plus emblématique de ce système est



SIMONE TANA

Farmville, un casual game de type «social» de l'éditeur Zynga, jouable sur Facebook. Pour évoluer dans cette simulation de ferme gratuite, le joueur doit acquérir des biens virtuels... avec de l'argent bien réel.



Niklas Hed, Mikael Hed et Peter Vesterbacka, les créateurs finlandais d'Angry Birds, le jeu pour smartphones le plus célèbre du monde, téléchargé plus de 350 millions de fois.

Grâce à ce concept, Farmville est devenu très vite profitable. Il s'agit même de l'un des jeux les plus joués sur Facebook. En 2010, le nombre total de joueurs a

dépassé les 80 millions. Après ce pic, l'engouement a un peu perdu du terrain pour retomber à 60 millions. Mais l'éditeur Zynga a réagi en déclinant sa gamme

avec des jeux comme Cityville ou Frontierville, fonctionnant selon le même principe. Il annonce aujourd'hui 232 millions d'utilisateurs actifs mensuels.



Ce spécialiste du jeu sur Facebook devrait entrer en bourse en novembre, espérant ainsi lever entre 1 et 2 milliards de dollars. Participant au boom des réseaux sociaux et des smartphones, les revenus issus du social gaming s'envolent. Ils devraient atteindre 1,32 milliard de dollars en 2012, sur le marché nord-américain, dont 792 millions de dollars provenant de biens virtuels et 271 millions issus de la pub, selon le site mediapost.

GOOGLE VS FACEBOOK

Les social games sont même devenus un élément clé de l'explosion des réseaux sociaux. Sur Facebook, 53% des 750 millions d'utilisateurs jouent depuis leur profil. «Le succès de Facebook a été partiellement construit

sur son contenu games, qui a amené des interactions plus importantes et plus régulières entre ses utilisateurs», explique à ce propos Piers Harding-Rolls, chef de la section jeu à Screen Digest.

Pour concurrencer Facebook, Google a ouvert cette année son propre réseau social, «Google +», qui compte déjà 25 millions d'utilisateurs actifs. Or, le géant américain a inclus dans son réseau des jeux casual, preuve de l'importance pour un réseau social d'avoir une plateforme ludique. Avec seulement 16 jeux disponibles au départ, dont l'incrochable Angry Birds, contre des milliers sur Facebook, Google + est un nouveau territoire à coloniser pour les éditeurs. D'autant plus que la commission de Google + sur les jeux, de

seulement 5%, est plus intéressante que celle de Facebook, qui s'élève à 30%. Le succès du business model du casual gaming séduit aussi les grands éditeurs. Le géant historique Electronic Arts, qui fait partie des cinq plus grands éditeurs de jeux au monde, vient d'annoncer le rachat de Pop Cap Games pour 750 millions de dollars. Cette compagnie spécialisée dans le casual game mobile s'est fait connaître avec des mini-jeux comme Bejeweled, une sorte de Tetris avec des diamants, et Plants vs Zombie, qui fait partie des jeux les plus téléchargés sur iPhone et iPod. Electronic Arts pourrait injecter au total 1,3 milliard de dollars dans Pop Cap Games.

Michel Kripalani, CEO d'Ocean House Media, actuel leader sur

«Créer un jeu pour console est aussi long et coûteux qu'un film (...). Ça ne peut plus fonctionner. L'industrie va et doit changer.»



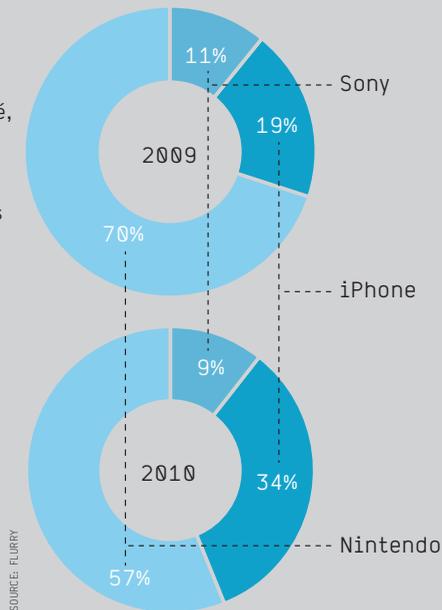
CHARLIE NEUMAN - ZUMAPRESS / NERKEDOM

Michel Kripalani, créateur du célèbre jeu Myst III, ne croit plus au modèle traditionnel du jeu vidéo. A la tête de la société Ocean House Media, il développe aujourd'hui des applications pour smartphones et tablettes.



Jeux vidéo mobiles: parts de marché de 2009 à 2010

Les jeux sur smartphones ne cessent de gagner des parts de marché, au détriment des consoles portables traditionnelles (Nintendo DS, Sony PSP).



ROVIO

Un screenshot (capture d'écran) du jeu pour smartphone Angry Birds, devenu un phénomène de société.



ZYNGA

Farmville, jouable sur Facebook, a séduit 80 millions de joueurs dans le monde.

L'avis de l'analyste

«Un marché encore en dessous de son potentiel réel!»

Piers Harding-Rolls, chef de la section Games pour la compagnie de consulting HIS Screen Digest, analyse la situation actuelle et les perspectives des jeux casual.

On assiste à un boom des «casual games» en ce moment, s'agit-il d'une nouvelle bulle ou d'une tendance lourde?

Le phénomène n'est pas entièrement nouveau. Les social games et casual games existent depuis plusieurs années, mais ils sont maintenant rattachés à un secteur en pleine expansion: les App Stores et les smartphones. C'est un effet boule de neige dans un marché existant. Il s'agit davantage d'une expansion que d'une nouvelle bulle.

Les social games utilisent le modèle de vente des biens virtuels, qui existe depuis plusieurs années en Asie. L'éditeur Zynga (ndlr: leader mondial des jeux sur les réseaux sociaux) est très offensif dans ce domaine et montre la meilleure efficacité marketing. Ce marché est encore 10% en dessous de son potentiel réel. L'industrie reste cependant fragmentée et l'on s'attend à ce qu'elle continue de grandir.

Comment se comportent les investisseurs?

Les investisseurs ne sont pas sceptiques par rapport à ce marché. Il a déjà une histoire, un passé hautement profitable. La valorisation de Zynga reflète cela. Pour l'instant la valeur de Rovio (ndlr: éditeur du best-seller Angry Birds) est spéculative car l'entreprise doit entrer en Bourse en 2014 seulement. Mais avec Angry Birds, ils vont au-delà du casual game. Ils possèdent aujourd'hui une image, comme les licences de Disney.

Jusqu'où ce marché pourra-t-il s'étendre?

Il est maintenant dans sa phase embryonnaire. Google + offre une nouvelle plateforme et un nouveau business model. Mais il n'y a pas qu'eux, il existe de nombreuses autres plateformes en Asie et en Europe. Pour le moment, même avec 25 millions de personnes sur Google +, ce ne sont là que les «early adopters». Les social games ont été construits pour profiter des plateformes sociales. Plus il y aura d'utilisateurs et d'interactions sur ces plateformes, plus il y aura de revenus.





le marché des applications iPhone tirées de livres, est un ancien poids lourd de l'industrie du jeu vidéo (il a notamment créé Myst III, l'une des plus célèbres séries de jeux d'aventure pour PC). Il ne croit plus au modèle actuel du jeu vidéo: «Créer un jeu pour console est aussi long et coûteux qu'un film. Jusqu'à 100 personnes travaillent sur plusieurs années!

Le coût est fou, trop élevé, ça ne peut plus fonctionner. L'industrie va et doit changer. Chez Ocean House Media, nous sommes moins d'une dizaine de personnes pour créer des applications iPhone, et nous pouvons sortir plusieurs apps par mois!»

Le rapport investissement/revenu semble effectivement clairement

pencher en faveur du casual game. Le coût de production est ridiculement bas. Les chiffres avancés par l'association casual games parlent d'eux-mêmes. Produire un jeu pour Facebook coûte entre 40'000 et 50'000 dollars. En face, le coût moyen de production d'un jeu pour Xbox 360 ou PlayStation 3 s'élève à 10 millions de dollars... ▲

Angry Birds, la fièvre du jeu sur smartphone

Le mini jeu le plus connu de sa génération a déjà été téléchargé plus de 350 millions de fois.

Rovio, la compagnie finlandaise derrière Angry Birds, pourrait valoir 1,2 milliard de dollars. Un chiffre ahurissant pour une compagnie créatrice de mini-jeux simplistes pour mobiles. Si la valeur de l'entreprise s'est à ce point envolée, c'est que son jeu phare est numéro un des téléchargements dans 67 pays et a été téléchargé plus de 350 millions de fois en version gratuite ou payante (1 franc).

Le principe de Angry Birds consiste à catapulter des oiseaux contre une structure à démolir. Difficile de faire plus simple. Reste que ce jeu est à ce jour le plus téléchargé sur iPhone, BlackBerry et Android. Il fait aussi partie des titres les plus populaires sur les sites sociaux Facebook et Google +.

Un tel succès a affolé les investisseurs. Un premier round d'in-

vestissement a rapporté 42 millions de dollars à la compagnie fondée par trois étudiants de l'Université de technologie d'Helsinki. Un nouveau financement devrait catapultier la valeur de Rovio à 1,2 milliard de dollars.

Angry Birds a établi un nouveau modèle de revenu pour l'industrie du jeu. A elle seule, la version gratuite du jeu pour Android rapporterait 1 million de dollars par mois. Comment? Simplement grâce à la pub embarquée qui apparaît au bas de l'écran. Une fois le jeu terminé, Rovio rajoute des épisodes payants (version Halloween, Noël, etc.) pour maintenir l'intérêt, avec pour résultat un public fidèle qui revient constamment au jeu.

La compagnie a eu l'intelligence de transformer ce succès histo-

rique en opérant des deals avec des constructeurs de smartphones ou de tablettes. On voit les Angry Birds apparaître sur des pubs, ils sont devenus un «brand» reconnaissable, une arme de séduction au capital sympathie élevé.

Le jeu a même séduit Hollywood. Rio, le film d'animation des studios 20th Century Fox a été décliné en version Angry Birds. Cette année, les Angry Birds s'apprêtent à conquérir la Chine, la patrie du piratage pourrait tout de même rapporter 100 millions de téléchargements supplémentaires. Un envol historique pour une histoire de petits oiseaux sans ailes. Leur statut iconique est même comparé au succès de Pac Man dans les années 1980, qui avait généré des revenus encore plus colossaux: 1 milliard de dollars dans ses quinze premiers mois.





Free-to-play: la gratuité rapporte

Pour préserver leurs revenus, les jeux vidéo en ligne deviennent gratuits. Explication sur ce paradoxe.

Par Daniel Saraga

Comment multiplier par trois ses revenus? En devenant gratuit, pardi. C'est en tout cas l'expérience plaisante faite par «The Lord of the Ring Online» depuis que ce jeu de rôle en ligne est passé en libre accès à l'automne 2010. Son concurrent «Dungeons & Dragons Online» avait franchi le pas en 2009. Six mois plus tard, il annonçait triomphalement une croissance de 500% de ses revenus. Les uns après les autres, les jeux en ligne passent au «Free-to-play»: «Age of Conan» (mai 2011), «Age of Empires» (août 2011).

La vague n'est pas près de s'arrêter. A terme, elle signifie la fin possible du modèle basé sur l'abonnement mensuel. «Il est très difficile de continuer à exiger de ses joueurs de payer 15 dollars par mois lorsque les jeux concurrents deviennent gratuits», explique Allison Luong de Pearl Research à San Francisco. Le Free-to-play pourrait bien devenir le modèle dominant à l'avenir.»

Les revenus sont assurés par la petite proportion de joueurs qui dépensent régulièrement de vrais dollars pour acquérir des biens virtuels. Ces achats peuvent apporter des avantages concrets dans le jeu (une épée surpuissante) ou ne jouer qu'un rôle

représentatif (une cape). Si la grande majorité des objets coûtent 1 ou 2 dollars, certains se vendent jusqu'à 100 dollars.

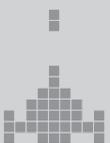
Un autre modèle d'affaires consiste en des extensions payantes, telles que des niveaux supplémentaires ou des territoires additionnels que le joueur ne pourra explorer que contre un micropaïement. La voie de la publicité dans les jeux vidéo, elle, n'a pas trouvé le succès espéré. «C'était un concept populaire il y a cinq ans, mais les joueurs veulent rester concentrés et n'aiment pas être distraits», note Allison Luong. Qui veut s'arrêter un plein milieu d'une bataille pour suivre un lien qui lui proposera, le plus souvent, d'acquérir un autre jeu?

La stratégie du Free-to-play est donc d'attirer le maximum de joueurs – même non payants – et d'espérer qu'un certain nombre mettra la main au porte-monnaie. «Les chiffres sont assez similaires pour tous les jeux, relève Allison Luong. Seuls 1 à 5% des utilisateurs paient pour des biens virtuels, à hauteur de 10 dollars par mois en moyenne.» Une proportion, encore plus minime, peut aller jusqu'à 100 dollars. Ces joueurs dévoués, les «superusers», contribuent de manière importante et fiable aux

La Corée précurseur

Les biens virtuels rapportent aux Etats-Unis plus de 3 milliards de dollars chaque année, selon Pietro Macchiarella. Mais c'est de Corée que vient le Free-to-play, explique l'analyste Allison Luong de Pearl research: «Il y a une dizaine d'années, le nombre de jeux mis sur le marché coréen a explosé. La compétition s'est tellement intensifiée qu'il est devenu très difficile de convaincre les joueurs d'essayer les nouveaux jeux. Les éditeurs ont alors réalisé qu'ils pourraient toucher bien davantage de joueurs en rendant leur produit gratuit, tout en faisant de l'argent.» Pionnier du Free-to-play, le coréen MapleStory aurait ainsi accumulé plus de 70 millions de comptes ouverts.

La compétition s'est ensuite également intensifiée aux Etats-Unis et en Europe, et y a attiré le modèle Free-to-play. En Occident, le changement de modèle a largement bénéficié de l'arrivée des jeux sociaux (comme Farmville sur Facebook) qui ont popularisé le concept de «biens virtuels». L'explosion des smartphones a également généralisé l'utilisation du micropaïement pour acheter des apps. Aux Etats-Unis, les jeunes en dessous de 18 ans n'ont pas le droit de posséder de carte de crédit, mais ils peuvent acquérir des biens virtuels au moyen de cartes prépayées... Les Coréens, eux, effectuent les microtransactions via leur téléphone portable.





revenus. Les statistiques précises appelées ARPU et ARPPU – pour average revenue per (paying) user – sont jalousement gardées. «Les éditeurs de jeux sont des compagnies privées et ne partagent pas volontiers leurs chiffres, commente Pietro Macchiarella de Parks Associates à Dallas. Je ne crois pas forcément les entreprises optimistes qui annoncent qu'un joueur sur dix paie.»

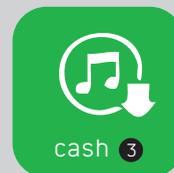
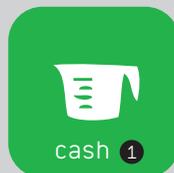
Un jeu gratuit offre l'avantage de pouvoir être testé – et donc potentiellement adopté – par le plus grand nombre

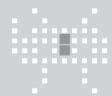
Les jeux traditionnels passent en Free-to-play lorsqu'ils n'arrivent plus à éviter l'érosion du nombre de joueurs. Cette phase survient souvent après une ou deux années et peut signifier la mort du jeu, souligne Allison Luong, car une fois partis, les joueurs ne reviennent pas. La gratuité assure qu'un jeu en ligne, où l'interaction entre de nombreux joueurs est essentielle, reste attractif. «C'est comme pour un restaurant, poursuit

l'analyste. Vous ne voudrez y aller que s'il y a du monde. Pour un MMORPG [jeu de rôle en ligne massivement multijoueur, ndlr], il est crucial de garder le nombre de joueurs au-dessus d'un certain seuil. Dans le cas contraire, les joueurs désertent rapidement.» Un jeu gratuit offre l'avantage de pouvoir être testé – et donc potentiellement adopté – par le plus grand nombre.

«Pratiquement tous les éditeurs de jeux peinent à garder leur clientèle, ajoute Pietro Macchiarella de Parks Associates. Le problème n'est pas tant la hauteur du prix de l'abonnement, mais plutôt de pouvoir garder les joueurs impliqués. Lorsqu'on paie, on se sent obligé de jouer beaucoup et l'intérêt s'érode après quelques années. Un jeu gratuit, lui, peut être utilisé plus rarement – et donc vivre plus longtemps.»

Reste l'exception «World of Warcraft», star insolente des jeux de rôle en ligne (lire en p. 59), qui compte 11 millions d'utilisateurs actifs malgré sa formule payante. Les joueurs déboursent entre 12 et 15 dollars chaque mois pour leur abonnement et dépensent encore davantage pour acquérir les objets virtuels que l'éditeur Blizzard a commencé à leur vendre depuis deux ans. C'est ce qui s'appelle avoir le beurre et l'argent du beurre... ▽



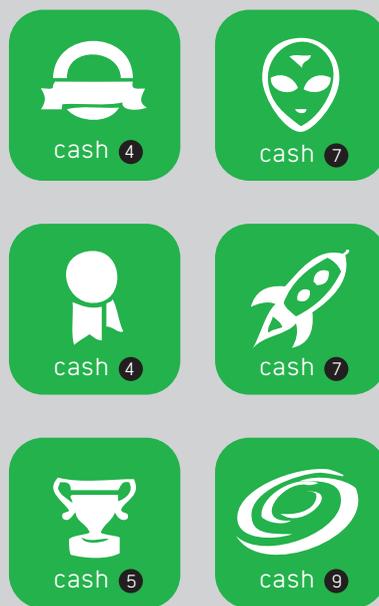


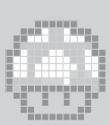
330'000 dollars pour une planète virtuelle

Le 28 décembre 2009 à 23h01, le joueur «Buzz Erik Lightyear» remporte les enchères contre «Zachurm Deathifier Emegen» et «Jenna Star Mercury». Pour la modique somme de 330'000 dollars, il devient propriétaire de Crystal Palace, une station spatiale virtuelle d'Entropia, un jeu en ligne massivement multi-joueur. Une folie? Pas forcément.

Buzz (de son vrai nom Erik Novak) est un entrepreneur expérimenté qui possède une chaîne de magasins sur Entropia. Acquérir

Crystal Palace est un investissement, qui pourrait lui rapporter gros pour un minimum d'efforts. Car chaque transaction effectuée par les autres joueurs pour profiter des services offerts par la station (magasins, terrains de chasse, etc.) est taxés – et alimente ainsi le compte de l'heureux propriétaire. L'un des perdants des enchères, Zachurm Deathifier», avait acquis à la fin 2004 une île sur Entropia pour 26'500 dollars. Une année plus tard, il avait déclaré avoir récupéré son investissement. Le boom du marché immobilier virtuel d'Entropia ne s'arrête pas. En vendant en plusieurs étapes la seconde station spatiale du jeu, le joueur «Neverdie» aura finalement empoché 635'000 dollars.





Consoles de jeux les constructeurs sous la loupe

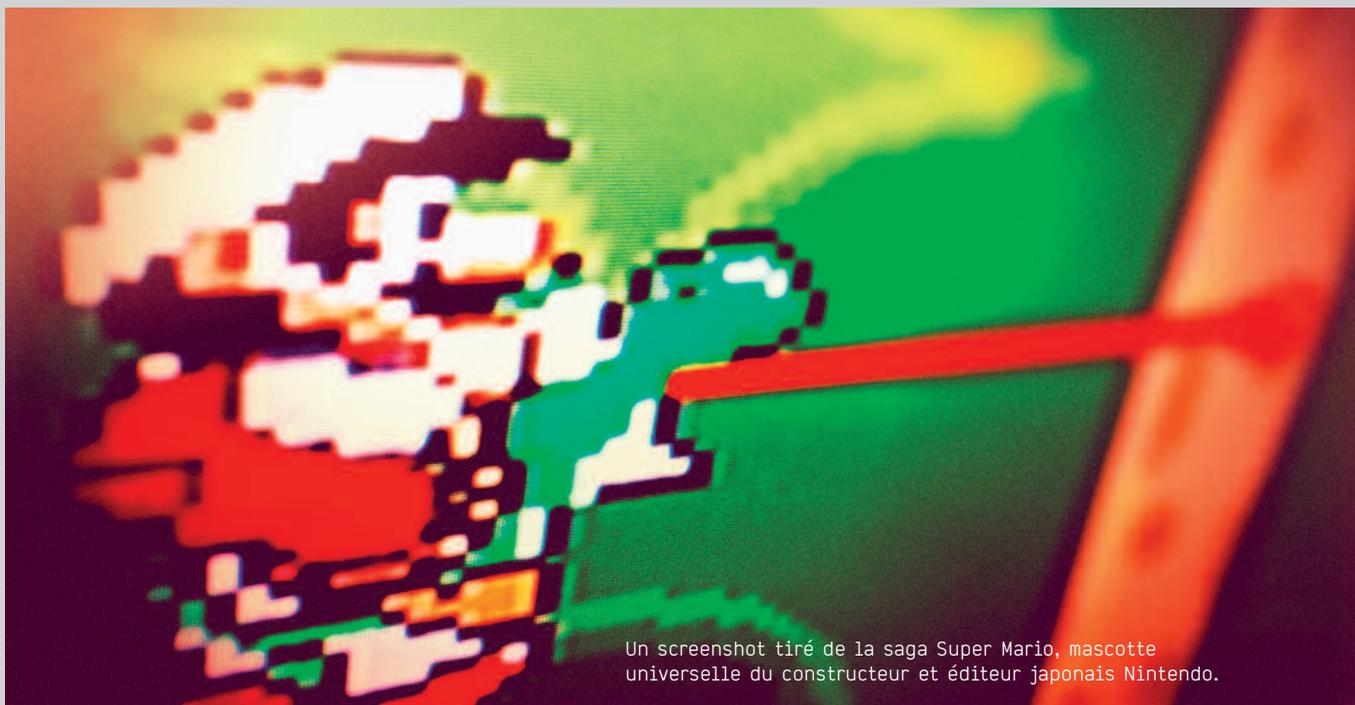
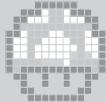
Alors que Nintendo prépare déjà l'après-Wii, Microsoft et Sony cherchent à leur tour à élargir leur public cible. Revue des forces en présence.

Par William Audureau



NINTENDO: P. 44
SONY: P. 45
MICROSOFT: P. 48





KEVIN DUFFY

Un screenshot tiré de la saga Super Mario, mascotte universelle du constructeur et éditeur japonais Nintendo.

Nintendo dépossédé de son public

LE N° 1 MONDIAL JAPONAIS COMMERCIALISERA EN 2012 LE SUCCESSION DE LA WII. MAIS DANS UN MARCHÉ TRÈS DIFFÉRENT DE 2006, IL PEINE POUR L'INSTANT À SE POSITIONNER.



NINTENDO

CEO: Satoru Iwata

Siège social: Kyoto, Japon

Chiffre d'affaires: € 8,8 mias

Nombre d'employés: 4712

Nombre d'employés liés au jeu vidéo: 100%

La présentation, au mois de juin dernier, de la future console de salon de Nintendo (provisoirement baptisée Wii U) a été sanctionnée d'un décrochage de 6% du cours de son action. Ce nouveau système de jeu original, équipé d'une tablette qui fait office de contrôleur, doit permettre à la compagnie de rééditer l'innovation d'usage et le succès commercial de la Wii. Mais cinq ans après, Nintendo n'a plus le monopole de l'innovation, et dans un marché en pleine ébullition, la machine peine à se différencier, y compris de son aînée.

Témoins les futurs jeux de la console, qui reprennent l'esthétique des tout premiers titres de la Wii,

et ont entretenu la confusion sur l'identité de la Wii U. Nouvelle console ou périphérique supplémentaire? Positionnement similaire, coque extérieure semblable et nom quasi inchangé laissent désormais craindre l'incompréhension du public, et un démarrage commercial difficile. A moins que Nintendo ne se résolve à changer de design et de nom quelques mois seulement avant son lancement, comme ce fut déjà le cas pour la Wii en 2006. C'est en tout cas ce qu'espèrent les partenaires de la firme.

Car la capacité du constructeur japonais à reproduire le succès de sa console portable DS et de la Wii est fragilisée par l'émergence de nouveaux supports de jeux (smartphones, tablettes), de nombreux écosystèmes parallèles (App Store, Android Market, Facebook), ainsi que de nouveaux phénomènes de société qui échappent aux consoles traditionnelles (Angry Birds, Plants Vs Zombies, Farmville). «Nintendo perd continuellement des parts de marché auprès des joueurs occasionnels au profit des smartphones», constate ainsi Michael Pachter, analyste chez Webusb Securities.

La compagnie japonaise, qui est aujourd'hui le seul pure player du jeu vidéo, apparaît comme la société qui a le plus à perdre à la convergence entre jeu et multimédia, et à la concurrence entre consoles, smartphones et tablettes. La culture d'entreprise et le profil spécialisé de la firme ne lui permettent pas de mener une politique de convergence industrielle, comme Apple et Sony. Nintendo a donc très tôt opté

pour une politique de différenciation, qui a porté ses fruits avec la DS et la Wii, mais semble marquer le coup aujourd'hui.

L'affichage stéréoscopique innovant de sa nouvelle portable, la 3DS, a en effet séduit les technophiles, mais après un départ honorable (3,61 millions d'unités au 31 mars 2011), les ventes ont très rapidement décéléré, faute de convaincre les joueurs occasionnels (seulement 0,71 million d'unités vendues au deuxième trimestre 2011). Plusieurs explications peuvent être avancées: le désintérêt, voire la méfiance, du grand public envers la 3D, le prix initial élevé (249 €), l'absence de jeux inédits à fort potentiel commercial (comme un nouveau Mario ou Pokémon), et une communication maladroite, marquée par une différenciation insuffisante entre la 3DS et la DS.

Après six années de suprématie incontestée, l'industrie s'interroge sur la capacité de Nintendo à réagir. «Même si je pense que la 3DS est vraiment innovante, nuance Michael Pachter, je ne vois pas comment ils pourront reconquérir les parts de marché perdues.» La compagnie a donc décidé cet été de descendre le prix de sa console à 179 €, moins de six mois après le lancement. Cette baisse brutale et inhabituelle chez Nintendo a autant étonné qu'inquiété, mais témoigne de la détermination du constructeur. La compagnie japonaise a d'immenses liquidités, et cherche à écouler un maximum de 3DS pour mieux dégager des bénéfices sur la vente de ses propres jeux et les royalties des éditeurs-tiers. Les observateurs s'attendent même au lancement d'un nouveau modèle de 3DS, à la conception revue et au positionnement plus clair, dans le courant de l'année 2012.

NT0,1



ANDY HEATHER

Shigeru Miyamoto, créateur des franchises à succès Super Mario, Donkey Kong, F-Zero ou encore The Legend of Zelda, est considéré comme l'une des plus grandes figures du jeu vidéo. Il est actuellement directeur de Nintendo EAD (Entertainment Analysis and Development).

Sony maintient le cap du haut de gamme



MALGRÉ LES LOURDS INVESTISSEMENTS OCCASIONNÉS PAR LA PS3, L'AUTRE GÉANT JAPONAIS POURSUIT SA STRATÉGIE COÛTEUSE, CETTE FOIS SUR LE SECTEUR DES CONSOLES PORTABLES.



SONY

CEO: Howard Stringer
Siège social: Tokyo, Japon
Chiffre d'affaires: \$ 78 milliards
Nombre d'employés: 168'000 (en 2009)
Nombre d'employés liés au jeu vidéo: 3,8%

L'incertitude autour de Nintendo pourrait profiter à Sony. La première moitié de l'année a pourtant été désastreuse pour la firme basée à Tokyo. Dans la foulée du tremblement de terre du 11 mars, elle a enregistré des pertes record au premier trimestre. Le printemps a ensuite été marqué par une intrusion pirate sur la boutique digitale de la marque, le PlayStation Network, causant un important déficit d'image et de ventes (1'200'000 téléchargements au deuxième trimestre 2011 contre 1'800'000 en 2010 à la même période).

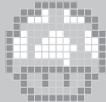


Les ventes de la PlayStation 3 ont dépassé le cap des 50 millions en début d'année

Il s'agit toutefois de deux événements exceptionnels. La tendance de fond, elle, semble plus stable. Après quatre années de commercialisation, les ventes de la PlayStation 3 ont tranquillement dépassé le cap des 50 millions en début d'année. La console ne connaîtra jamais la position de quasi-monopole des PlayStation 1 et 2 en leur temps, mais elle est au moins leader sur le secteur des systèmes haute définition, le marché domestique le plus dynamique en 2010 (+35% de ventes par rapport à 2009). Elle devrait par ailleurs consolider sa position grâce au récent passage à un prix de 299 euros.

La démocratisation lente et incertaine des téléviseurs 3D ne semble donc pas l'avoir pénalisée, l'affichage stéréoscopique mis en avant par Sony comme un argument de vente restant, dans les faits, une fonction optionnelle. Sony commercialisera tout de même un écran stéréoscopique au





Avis d'analystes

Des mutations défavorables à Nintendo

Le marché du jeu vidéo est marqué par une indécision rare, et les analystes du secteur n'hésitent pas à recommander la prudence. Y compris, voire surtout, concernant le numéro un mondial. «Je ne vois pas Nintendo faire de profits significatifs dans un futur proche, du moins tant que le potentiel commercial de la Wii U ne sera pas avéré», estime ainsi Michael Pachter, de Webobush Analytics.

Selon un analyste d'une grande banque française, la console de Nintendo aurait pu convaincre les investisseurs si elle était sortie deux ans plus tôt. Mais désormais, les observateurs redoutent la pénurie de titres au lancement, un prix prohibitif et un positionnement trop bancal pour attirer gamers et grand public à la fois. «Aujourd'hui, plus personne ne croit en un avenir florissant du groupe», résume Charles Planade, de Arkéon, même s'il convient selon lui de nuancer: A court terme, la baisse des prix de la 3DS pourrait entraîner un rebond sur les ventes de Noël. Après, il faut garder en tête que le groupe a toujours su réinventer le secteur à son profit.» Les deux constructeurs de consoles haute définition

que sont Sony et Microsoft apparaissent en tout cas comme des valeurs plus rassurantes.

«Les possesseurs de PS3 et de Xbox 360 jouent peu sur réseaux sociaux, et même s'ils peuvent être tentés de jouer sur leur smartphone, la plupart n'y voient pas un substitut à leur console», fait ainsi remarquer Michael Pachter. En somme, ce segment craint moins la concurrence des nouveaux canaux de jeu. Mais Sony et Microsoft ont payé un lourd tribut pour se positionner sur le marché le plus haut de gamme. «Les deux groupes ont dépensé des milliards pour développer leurs consoles actuelles de salon, véritables bijoux technologiques, explique Charles Planade. Ces sommes n'ont toujours pas été amorties et seul Microsoft semble à même de limiter la casse.» De quoi laisser croire à une année 2012 plutôt calme, sans nouveaux projets spectaculaires. «Lancer une nouvelle console coûte plusieurs milliards de dollars, nous rappelle une banque française. La division jeu de Microsoft n'est rentable que depuis quelques trimestres, une nouvelle machine est donc très peu probable avant 2013.»

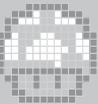


DR



DANNY MOLOSHOK/REUTERS

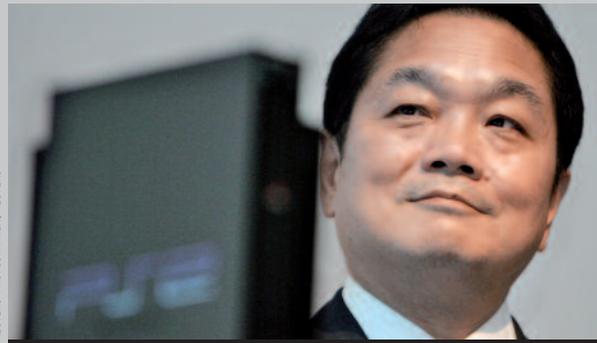
Le Move sharp shooter, un périphérique à capteur de mouvement conçu pour les jeux de tir de la PS3.



Un screenshot tiré du jeu Grand Theft Auto IV, qui s'est vendu à plus de 20 millions d'exemplaires sur Xbox 360 et PS3 depuis sa sortie en 2008. Pour rentabiliser leurs investissements, les éditeurs privilégient aujourd'hui les titres multi-supports.



REUTERS PHOTOGRAPHIE/REUTERS



L'ingénieur japonais Ken Kutaragi, père de la PlayStation et de ses descendantes PS2 et PS3. Il fut le PDG de Sony Computer Entertainment de 1997 à 2007.

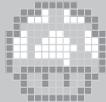
prix d'appel de 499 euros pour les fêtes de fin d'année. Les ventes de la console semblent en réalité tirées par le positionnement qualitatif de la marque, tant dans son design que dans ses jeux. Uncharted 3, suite de l'un des plus grands succès de 2009, devrait être le jeu phare de Noël 2012, aux côtés de FIFA 12, Modern Warfare 3 et Assassin's Creed: Revelations, trois blockbusters dont l'essentiel des ventes est attendu sur PS3, comme leurs épisodes précédents.

Surtout, la PlayStation Vita, future console portable de Sony, est attendue avec enthousiasme par les joueurs passionnés et confiance par les éditeurs. Son avenir reste toutefois incertain. Malgré un prix de lancement jugé élevé (249 euros, comme la Nintendo 3DS, mais pour des performances techniques très supérieures), elle sera commercialisée à perte, comme ce fut le cas de la PS3, et dans un contexte compliqué. «Je ne pense pas que la PS Vita répondra aux attentes, analyse Michael Pachter. Le marché des portables est en train de rétrécir à cause de l'explosion des smartphones.»

La firme basée à Tokyo mène toutefois une politique tarifaire agressive pour s'attirer les développeurs indépendants, qui font pour l'instant le succès de l'iPhone et du PC, et proposer des jeux attractifs aux joueurs dès les premiers mois. En dépit de coûts de développement bien plus élevés que sur 3DS, la PS Vita pourrait bien bénéficier du soutien des éditeurs, déçus des ventes de la portable de Nintendo et étouffés par la concurrence de ses jeux maison (Mario, Mario Kart, Zelda, etc.). La PS Vita sera lancée en fin d'année au Japon, et probablement au printemps en Europe. A noter que malgré une moindre médiatisation, la PlayStation Portable connaît une très belle fin de vie, notamment au Japon où elle se vend plus que la DS et 3DS. Elle passe à 99 euros pour la fin de l'année.

☑ SNE,U





Microsoft face à la volatilité des joueurs

LE CONSTRUCTEUR AMÉRICAIN A PATIEMMENT CONQUIS JOUEURS PASSIONNÉS ET GRAND PUBLIC. MAIS L'APRÈS-KINECT RESTE FLOU.



MICROSOFT

CEO: Steve Ballmer

Siège social: Redmond, Etats-Unis

Chiffre d'affaires: \$ 69,94 mias

Part du jeu vidéo dans le chiffre

d'affaires: 11,8%

Nombre d'employés: 89'000 (2010)

De son côté, Microsoft se focalise sur le marché des consoles de salon. La Xbox 360 a été la pionnière de cette génération, avec un lancement dès décembre 2005. Toutefois, le constructeur a dû remonter un profond déficit d'image, dû à un manque de légitimité historique, de nombreuses pannes matérielles et à la difficulté pour une console américaine de s'implanter au Japon, où priment les marques nationales. A partir de 2008, la firme de Redmond a toutefois su élargir son public, grâce à un positionnement tarifaire agressif et de nombreux partenariats avec des éditeurs influents, comme Square Enix (Final Fantasy XIII) ou Rockstar (GTA IV). La sortie de la PS3 en 2007 a paradoxalement été un facteur favorable à Microsoft: le coût et la difficulté de développement des jeux ont conduit de nombreux éditeurs à élargir leurs débouchées en commercialisant leurs titres à la fois sur PlayStation 3 et Xbox 360.

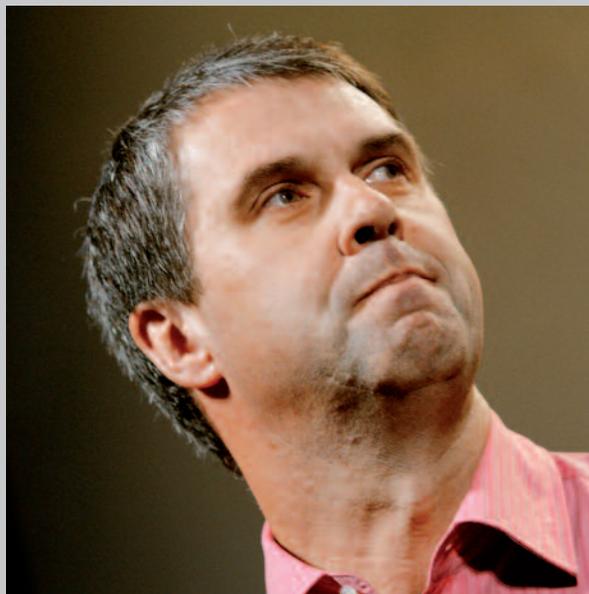
Le constructeur a dû remonter un profond déficit d'image, du à un manque de légitimité historique

Aujourd'hui, le fabricant américain veut définitivement acquérir une légitimité auprès du grand public. Elle s'y est employée grâce à Kinect, son capteur de mouvements dont le principe, la commu-

nication et le positionnement empruntent à la Wii. Microsoft a massivement investi dans la promotion de son périphérique (500 millions de dollars juste pour le lancement américain) et en récolte les fruits: la division Entertainment & Devices du constructeur a enregistré une hausse de ses revenus de l'ordre de 45% entre le 1^{er} juillet 2010 et le 30 juin 2011. Les 10 millions de Kinect écoulés en quatre mois seulement ne doivent toutefois pas occulter un ratio de jeux vendus par périphérique très faible, et une clientèle volatile, deux problématiques similaires à la Wii. Or dans un contexte de nouvelle crise économique, les systèmes ou consoles de jeux positionnées sur le segment des joueurs occasionnels sont les plus menacées. Cela s'était vérifié avec le ralentissement soudain des ventes de systèmes et de jeux Wii et de portables DS entre l'été 2008 et l'été 2009, et pourrait se confirmer dès la rentrée 2011, d'autant que la seconde vague de jeux Kinect se démarque peu de la première.

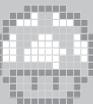
Microsoft est toutefois le seul acteur à se focaliser sur le marché des consoles de salon et pourrait être tenté d'être le premier à inaugurer la prochaine génération. Reste à savoir quand. «Si une autre génération de console arrive, les coûts de développement vont encore augmenter, rappelle Michael Pachter. Cela rend leur arrivée peu plausible avant encore quelques années.» ▲

MSFT,U



L'Américain Robbie Bach, responsable du lancement de la première Xbox en 2001, remercié l'an dernier par le CEO de Microsoft Steve Ballmer, après vingt-deux ans de maison.

ROBERT GALBRAITH/REUTERS



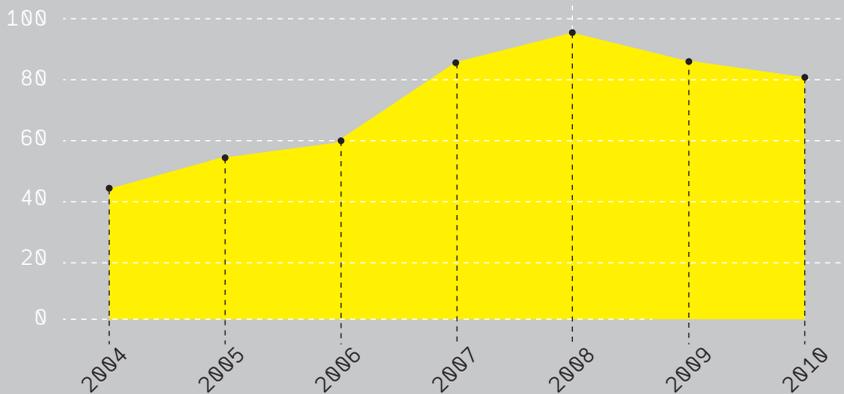
VLADIEB

Un participant de la Dragon Con 2010 d'Atlanta, un rassemblement annuel dédié à la science-fiction. Ici déguisé en «Master Chief», le héros de la saga à succès Halo sur Xbox et Xbox 360.

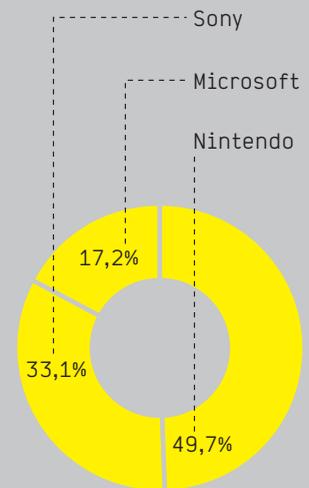
Evolution des ventes mondiales de consoles
en millions d'unités

Les ventes ont explosé avec la Wii de Nintendo, qui a contribué à ouvrir le jeu vidéo à un public bien plus large.

Dans un contexte de crise économique (2008-2010), les joueurs occasionnels ont sacrifié leur budget console.



Parts de marché des consoles sur l'année 2011 (août)



SOURCE: VGCHARTZ

Les éditeurs contraints de se réinventer

Electronic Arts, Ubisoft ou encore Activision Blizzard, les acteurs historiques du jeu vidéo sont confrontés à l'éparpillement des joueurs occasionnels sur smartphones et réseaux sociaux. Les opportunités de développement sur ces marchés émergents existent. Mais attention au risque de saturation.

Par William Audureau

Le modèle économique traditionnel du jeu vidéo, basé sur des cycles technologiques de cinq ans et la vente physique de jeux en boutiques, n'a jamais été aussi fragilisé que depuis ces deux dernières années.

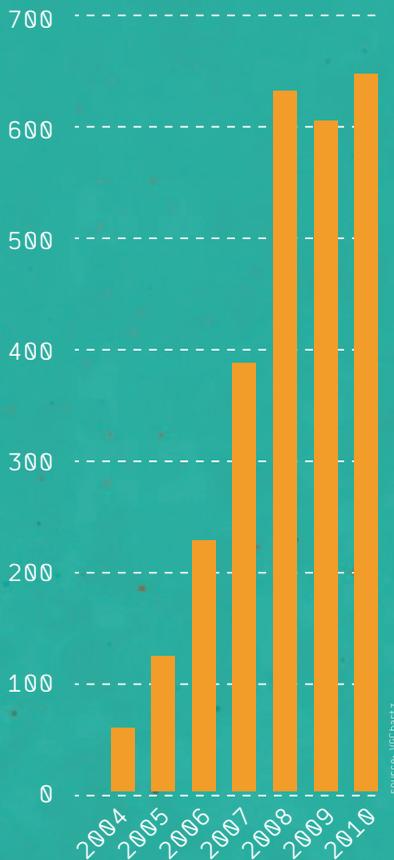
Le marché est en effet animé par deux tendances lourdes. D'un côté, l'éparpillement des joueurs occasionnels, sur iPhone, téléphones Android et réseaux sociaux comme Facebook, au détriment des consoles grand public (Wii, DS). De l'autre, une concentration sur le marché de la HD au format physique, avec quelques franchises récurrentes et médiatiques, qui s'accaparent les ventes au détriment des éditeurs secondaires moins puissants.

Aux Etats-Unis, en 2010, ils étaient 10 jeux à se partager un quart des revenus globaux générés par les jeux en boîte. Le paradoxe est qu'il n'y a jamais eu autant de jeux vidéo commercialisés qu'en 2011, mais que jamais le chiffre d'affaires du secteur n'a été concentré en si peu de titres. ▲



Evolution des ventes mondiales de jeux

En millions d'unités, pour PC, consoles et consoles portables



Les consoles Nintendo DS et Wii ont fortement contribué à la progression des ventes depuis 2004.

Avis d'analystes

«Privilégier les acteurs historiques»

A l'heure où tout le monde parle des jeux sur smartphones, difficile de savoir s'il faut y voir une bulle spéculative ou une tendance lourde. En vérité, seuls quelques éditeurs devraient tirer leur épingle du jeu. «Entre 1998 et 2005, la croissance du secteur internet a été fulgurante et pourtant, rares sont les investisseurs à avoir pu en profiter, rappelle Charles Planade, analyste chez Arkéon. Il en sera probablement de même avec ce nouvel élan technologique.» En conséquence de quoi, placer son argent sur des acteurs historiques du marché peut s'avérer plus sain.

Michael Pachter anticipe des perspectives de croissance dans la distribution physique dès 2012. «Les éditeurs traditionnels ont vu leurs cours se contracter, essentiellement parce que d'après une idée en vogue, il y a actuellement une migration des consoles vers le social, le mobile et le on line, observe l'analyste de Webbush Securities. En réalité, nous assistons plutôt à une correction de la popularité démesurée de la Wii, tandis que les ventes de PS3 et Xbox 360 progressent humblement. L'industrie se corrige, et nous devrions voir la croissance reprendre en 2012 [nous prévoyons une augmentation des ventes de 7% des jeux

en boîte]. Donc je m'attends à voir le cours des grands éditeurs augmenter l'année prochaine.»

D'autant que ces derniers possèdent désormais avec le on line une seconde source de revenus (contenus supplémentaires payants, services premium, etc.). Activision avec le jeu de tir Call of Duty et Electronic Arts avec FIFA misent d'ores et déjà dessus. «Plus qu'un défi, le contenu on line est une opportunité pour les «gros» acteurs historiques qui verront leurs marges et leurs valorisations augmenter, confirme Charles Planade. Nous recommandons donc d'investir sur ce qui semble moins briller en ce moment, les éditeurs historiques. Les nouvelles stars nous semblent très – trop – valorisées.» Seule exception aux yeux de l'analyste: le coréen Gamevil, spécialiste dans le jeu mobile.

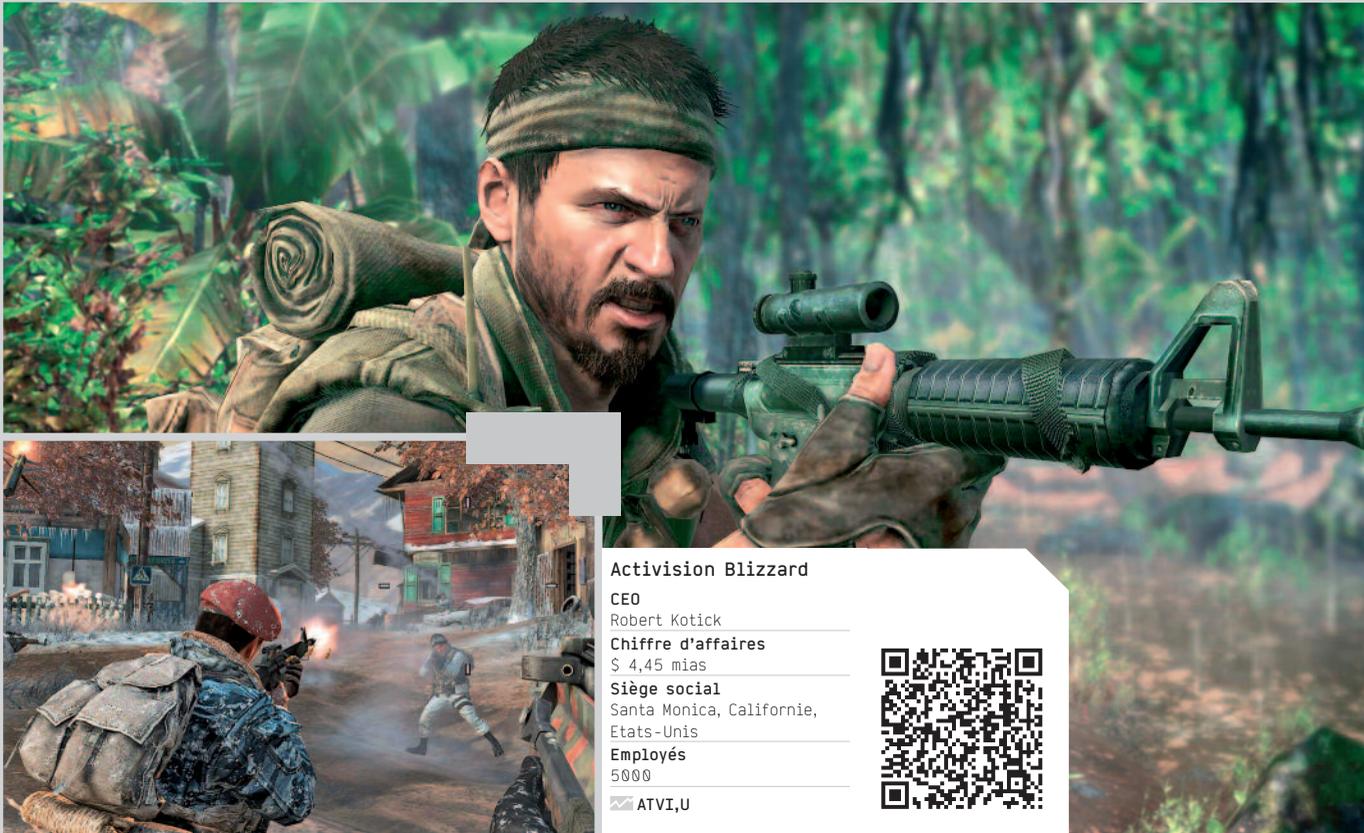
De l'avis des analystes, l'éditeur le mieux positionné actuellement serait l'américain Electronic Arts. «EA semble prendre avec succès le virage on line du secteur et n'hésite pas à investir sur le mobile et le social», pointe l'analyste d'Arkéon. Or selon lui, l'avenir est plus incertain pour les autres leaders. «Nous sommes plus dubitatifs sur le potentiel d'appréciation des vainqueurs actuels, Activision, Take Two ou Gameloft.»

■ ACTIVISION BLIZZARD: P. 52

■ ELECTRONIC ARTS: P. 53

■ UBISOFT: P. 54

■ TAKE-TWO: P. 55



© ACTIVISION-BLIZZARD

Activision Blizzard

CEO
Robert Kotick

Chiffre d'affaires
\$ 4,45 mias

Siège social
Santa Monica, Californie, Etats-Unis

Employés
50000

ATVI,U



Activision Blizzard, un n°1 peu diversifié

Numéro 1 mondial, l'éditeur franco-américain est celui qui dégage le plus de bénéfices, grâce à un modèle économique performant et un catalogue 2010 exceptionnel (StarCraft II, World of Warcraft: Cataclysm et Call of Duty Black Ops). Le blockbuster Call of Duty, un jeu de tir en vue subjective pour PC, PlayStation 3 et Xbox 360 a par ailleurs battu le record de ventes à un lancement et dégagé 1,2 milliard de revenus au 30 juin 2011 (25 millions d'unités vendues).

De quoi valoir l'investissement, estime Michael Pachter, analyste chez Webbus Securities: «Activision Blizzard ne se profile pas dans le mobile ou le social gaming, mais avec un jeu en ligne à l'immense succès, World of Warcraft, et la manne financière des souscriptions à Call of Duty

qui arriveront cet automne, je prévois une bonne année 2012 pour l'éditeur, et le classe comme "Performant".» Particularité d'Activision Blizzard, deux tiers de ses revenus proviennent de deux licences seulement. Une force de frappe unique, mais un manque de diversification dangereux. Vieux de 2004, World of Warcraft prouve pour l'instant qu'il résiste au temps, mais Call of Duty sera confronté cet automne à un important concurrent. Battlefield 3, le jeu de tir d'Electronic Arts, a été élu en août meilleur jeu de la GamesCom, le salon européen qui présente les sorties de fin d'année, et son éditeur annonce avoir enregistré 700% de réservations de plus que pour son précédent épisode vendu à près de 2,5 millions d'unités (lire aussi en page 58).

Sims Social





Call of Duty

Electronic Arts parie sur les smartphones

Electronic Arts présente un catalogue plus varié qu'Activision Blizzard, à la fois dans les publics visés et les canaux de distribution. Déjà propriétaire d'un studio interne (EA Mobile, qui vient de lancer cet été The Sims Social sur Facebook) et de PlayFish, éditeur de nombreux jeux sur réseaux sociaux (Pet Society, Restaurant City), Electronic Arts a réalisé récemment deux acquisitions spectaculaires, Chillingo (éditeur d'Angry Birds) en octobre 2010, puis PopCap (Plants Vs Zombies) à l'été 2011. EA est ainsi devenu l'éditeur numéro 1 sur smartphones. «Electronic Arts est de loin le mieux positionné pour capitaliser sur la croissance du marché du côté du digital, estime Michael Pachter, avec des investissements et des parts de marché substantielles dans le mobile, le social et le joueur occasionnel, et un jeu en ligne majeur (Star Wars) qui sera lancé cet automne.»

L'éditeur possède en outre un large portefeuille de franchises célèbres et vendeuses: Les Sims, FIFA, Need for Speed, Medal of Honor, Battlefield, Harry Potter, etc. FIFA 11 notamment représente à lui seul 11% du chiffre d'affaires d'Electronic Arts, et les ventes de la série progressent année après année, grâce à un positionnement qualitatif fort. FIFA 2012, attendu à l'automne et considéré par la critique comme une nouvelle avancée dans le réalisme, devrait prolonger cette tendance. La stratégie de l'éditeur consistera à tendre des passerelles entre jeux HD, smartphones et réseaux sociaux, pour étendre la notoriété de ses marques et multiplier ses sources de revenus. Electronic Arts intégrera dans FIFA 12 un onglet Ultimate Team, mode de jeu encourageant les joueurs à acquérir des joueurs en micropaiement. L'américain espère générer ainsi environ 50 millions de francs de revenus supplémentaires.

Electronic Arts

CEO

John Ricicello

Chiffre d'affaires

\$ 3,58 mias

Siège social

Redwood City, Californie, Etats-Unis

Employés

8000

ERTS,U



Ubisoft s'engage sur PlayStation Vita

Le troisième éditeur à surveiller s'appelle Ubisoft. Le français, qui mène depuis dix ans une politique de développement via des franchises à l'identité forte (Assassin's Creed, Les Lapins crétins), se montre proactif sur les nouvelles consoles. Six titres sont déjà prévus sur PS Vita, la prochaine console portable de Sony. L'éditeur profitera de son large catalogue de jeux HD pour y décliner à peu de frais ses licences. Grâce à ses parts dans Gameloft, un éditeur spécialisé dans les jeux mobiles, la société a également un pied dans les smartphones et tente depuis l'été une intrusion dans les jeux sociaux grâce aux Schtroumpfs, sur Facebook, qui a attiré 4 millions de joueurs en quatre jours.

En plein émiettement du marché du jeu musical, Ubisoft est également le seul acteur à avoir imposé des marques fortes après l'abandon par Activision Blizzard de Guitar Hero, avec Just Dance, dont le troisième épisode sort en fin d'année. L'éditeur poursuit également une politique d'achat de licences populaires (Michael Jackson, Black Eyed Peas), qui reviennent à un coût bien moindre que le développement d'un jeu d'action. Enfin, le français lancera en fin d'année Assassin's Creed: Revelations et Raymans Origins, deux jeux HD très attendus des joueurs. «Ubisoft dispose d'un très fort potentiel», résume Charles Planade, analyste chez Arkéon.



L.A. Noire

Ubisoft

CEO

Yves Guillemot

Chiffre d'affaires

\$ 1,38 mia

Siège social

Montreuil, France

Employés

6000

UBI,E





© TAKE TWO



Les lapins
crétins

Take-Two et THQ accusent le coup

Take-Two sera peu présent en fin d'année. L'éditeur n'a pas encore annoncé de date de sortie pour Grand Theft Auto 5, et accuse une perte sur le dernier trimestre de 8,7 millions d'euros, malgré le succès de L.A. Noire (4 millions de ventes). La faute à un budget très lourd pour ce jeu (environ 40 millions de francs), qui a par ailleurs valu au studio concepteur du jeu, la Team Bondi, d'être très récemment placée en redressement judiciaire.

D'autres éditeurs spécialisés sont obligés de se restructurer. A l'été 2011, la société américaine THQ a annoncé la fermeture d'un studio interne et la suppression de 200 postes. Objectif: migrer vers les marchés les plus dynamiques, soit les jeux sur smartphones et réseaux sociaux, avec la sortie en fin d'année de Margaritaville, un jeu social sur Facebook. Un autre public, une autre concurrence, et des débouchés toujours aussi incertains.

Take-Two

CEO

Strauss Zelnick

Chiffre d'affaires

\$ 1,14 mia

Siège social

New York, Etats-Unis

Employés

2000

TTWO,U



THQ

CEO

Brian Farrel

Chiffre d'affaires

\$ 0,66 mia

Siège social

Agoura Hills, Californie,

Etats-Unis

Employés

800

THQI,U





Jeu vidéo japonais La fin d'un empire

Ventes en net retrait, retard technologique et fuite des cerveaux au profit des studios occidentaux, le jeu vidéo japonais a, en une génération de machine, perdu la main sur l'industrie qu'il a pourtant forgée et dominée pendant plus de vingt ans. Explications.

Par Cyril Lener

«Grâce à notre fusion avec Eidos, qui présentait des jeux comme Tomb Raider, Deus Ex et Hitman, en tant que groupe, nous avons pu sauver la face. Mais le déclin des titres japonais était presque humiliant. Durant toute la semaine, je me suis quotidiennement interrogé sur la façon dont nous pourrions régler ça.» Ces propos prononcés en juin dernier, après le salon E3 de Los Angeles, proviennent de Koji Taguchi, cadre dirigeant chez SquareEnix, l'un des cinq plus importants éditeurs de jeux vidéo japonais avec Nintendo, Sony, Konami et Capcom. Déjà en 2009, Kenji Inafune, auquel Capcom doit quelques-uns de ses plus grands succès sur cette génération de console, dont Dead Rising 1 et 2 (5 millions d'exemplaires vendus), déclarait: «Personnellement, quand je regarde tous les jeux présents au Tokyo Game Show (le plus grand salon de loisirs électroniques japonais, ndlr), je me dis «C'est terminé pour le Japon. Nous sommes faits. Notre industrie du jeu est finie.»

Les éditeurs japonais confient désormais leurs licences les plus rentables à des studios de développement européens et américains

Les raisons de ce lent déclin sont multiples. La première résulte du mode de fabrication traditionnel japonais, aujourd'hui désuet. En effet, jusqu'à la fin de la précédente génération de machine (entre 2005 et 2007), l'immense majorité des studios japonais reposait sur le même modèle: pour chaque titre en développement, on concevait un moteur physique unique (l'investissement le plus coûteux du processus de production) créé spécifiquement pour les besoins

des créateurs (graphistes, animateurs, game designers). Et tandis que les studios occidentaux ont depuis longtemps développé une culture d'achat et de vente des moteurs physiques, les Japonais ne s'y sont mis que contraints et forcés devant les investissements énormes que représentent la fabrication de jeux de plus en plus réalistes et complexes. Pire, les documentations de ces moteurs occidentaux ne sont souvent que partiellement traduits en japonais, ralentissant grandement la productivité des codeurs et amenuisant la performance technique finale des titres mis sur le marché.

Conséquence logique de ce retard technologique face aux standards occidentaux, les plus grands éditeurs japonais confient désormais leurs licences les plus rentables à des studios de développement européens et américains. Les prochains Devil May Cry et Silent Hill (deux jeux stars des années 2000, écoulés pour chaque épisode à plusieurs millions d'exemplaires) sont désormais réalisés par des studios occidentaux mineurs mais jugés bien plus compétents que de pourtant prestigieux studios japonais.

Dans le même temps, des créateurs réputés comme Shinji Mikami (la série des Resident Evil) ou Tomonobu Itagaki (Dead Or Alive, Ninja Gaiden) se voient débarrasser par des grands éditeurs occidentaux (Electronic Arts, THQ) pour créer des licences originales et superviser leurs studios. Une fuite des cerveaux pour le moins inquiétante.

Isolationniste, le marché japonais l'est de plus en plus. Restant au mieux en retard, au pire aveugle et sourd aux fondamentaux modernes du jeu vidéo, à savoir les jeux de tir à la première personne (pour ne citer que lui, Call of Duty: Modern Warfare 2 d'Activision, plus de 21 millions



OSCAR YASSER / NURTEGA

Shinji Mikami, créateur de la série mythique des Resident Evil, de l'éditeur japonais Capcom, travaille aujourd'hui pour l'américain Electronic Arts.

d'exemplaires vendus) et les jeux en ligne du type World of Warcraft (30 millions d'exemplaires vendus, 11 millions d'abonnés recensés en août dernier).

L'essentiel des ventes de jeux vidéo au Japon se fait désormais sur console portable (sept titres parmi les dix meilleures ventes en 2011), où les exigences techniques et conséquemment les coûts de développement demeurent beaucoup moins élevés que sur console de salon. Mais le marché des jeux sur portable se montre lui aussi de plus en plus grignoté par le jeu en DLC (contenu téléchargeable) sur les smartphones, bien moins coûteux à l'achat (pour le consommateur) et débarrassé de tickets d'entrée prohibitifs ou d'extravagantes royalties à verser à Nintendo (du côté des développeurs).

Faut-il pour autant enterrer la puissance industrielle japonaise? Ce serait un peu vite oublier que ce sont ses acteurs comme Taïto, Sega ou Nintendo qui l'ont ramené à la vie et forgé pour lui un modèle économique florissant pendant plus de vingt ans après la chute d'Atari dans les années 1980. Reste à savoir si le Japon relèvera à nouveau le défi d'assimiler et de perfectionner le modèle du jeu vidéo occidental, aujourd'hui tout-puissant. ▲





BLIZZARD, LES RAISONS D'UN SUCCÈS

L'éditeur américain, spécialiste du PC, a acquis une notoriété mondiale avec son jeu en ligne World of Warcraft. Grâce à une communauté de plusieurs millions d'abonnés, la franchise compte aujourd'hui pour un tiers des revenus de la compagnie. Décryptage.

Par William Audureau

Chaque année, plusieurs dizaines de milliers de fans acceptent de payer 150 dollars pour assister à la Blizcon, grand-messe internationale organisée depuis 2005 par Blizzard. Cet événement n'a pas d'équivalent chez les autres acteurs de l'industrie. Il témoigne de l'attachement quasi religieux de la communauté des joueurs au premier éditeur mondial sur PC.

«Blizzard possède un positionnement haut de gamme, explique Julien Van de Steene, rédacteur en chef de "Jeux Vidéo Magazine" de 2006 à 2008, et journaliste PC depuis 1993. Contrairement à la quasi-totalité des autres développeurs de jeux, ils ne sortent un titre que quand ils le jugent abouti, fini, et surtout excellent.» A l'exception notoire de Nintendo, aucune autre société ne privilégie autant la qualité par rapport au calendrier. Frank Pearce est cofondateur et vice-président de Blizzard. Et sa

réponse lorsqu'on lui demande la date de sortie du prochain projet de Blizzard est devenue proverbiale: «When it's done» («quand il sera fini»).

UN POSITIONNEMENT QUALITATIF RECONNU

Plus qu'un effet de communication, il s'agit avant tout de conserver la confiance de la communauté de joueurs, une base de clients fidélisés qui peut se compter en dizaines de millions d'utilisateurs. «Le moindre faux pas concernant la qualité d'une de leurs productions serait dramatique, car l'image de la marque est son principal acquis, poursuit Julien Van de Steene. Cette logique dépasse la création du jeu et se poursuit après sa sortie: le jeu en ligne Starcraft a, par exemple, bénéficié de patches gratuits durant plus de dix ans.»

La compagnie n'a plus dérogé à cette ligne de conduite depuis qu'en 1994, la petite société de





ZUMA_PRESSENEWS.COM

Une participante de la BlizzCon 2010 à Anaheim, déguisée en Elfe de sang magicienne, l'une des races jouables de World of Warcraft. Ce rendez-vous annuel organisé par Blizzard réunit à chaque édition plusieurs dizaines de milliers de fans.



© BLIZZARD ENTERTAINMENT

Un artwork (dessin) figurant un guerrier goblin aux prises avec un Worgen, deux races jouables de World of Warcraft.

programmation Silicon & Synapse, 15 employés, a opté pour le nom Blizzard et lancé sa licence centrale, Warcraft. Ses productions sont restées rares, caractérisées par un imaginaire heroic-fantasy relativement homogène, et surtout un perfectionnisme notoire.

Chacun à leur tour, Diablo (1996), Starcraft (1998) ou encore World of Warcraft (2004), tous sur PC, illustreront ce savoir-faire. Et quand un projet ne donne pas satisfaction, comme StarCraft: Ghost sur console, Blizzard renonce à le commercialiser.

Le succès le plus emblématique de la compagnie s'appelle aujourd'hui World of Warcraft, dit WoW. Lancé fin 2004, il n'est pas le pionnier du jeu en ligne mais le premier à avoir rendu son usage accessible à un large

public. «Blizzard a complètement redéfini l'expérience utilisateur, avec en point de mire la suppression de toutes les frustrations préexistantes, de façon comparable à ce qu'a fait Apple avec l'iPhone sur le marché des smartphones.»

Et tandis que les précédents titres de Blizzard n'engrangeaient des revenus qu'à l'achat du jeu, désormais, tous les mois, les utilisateurs paient entre 10,99 et 12,99 € (selon la formule choisie) pour se connecter au jeu et rejoindre la communauté en ligne. Une manne financière exclusive et précieuse, à l'heure où le piratage phagocyte les ventes sur PC.

Fidéliser le joueur est donc aujourd'hui un double enjeu commercial. «Le groupe sort

régulièrement des extensions pour enrichir le jeu et maintenir son intérêt, souligne Charles Planade, analyste chez Arkeon, tout en encaissant des abonnements mensuels.» Plus qu'un monde parallèle, Blizzard a conçu une sorte d'écosystème évolutif et gratifiant, qui encourage l'utilisateur à constamment revenir vers World of Warcraft. Ce système délibérément chronophage et addictif est parfois dénoncé par les psychologues, mais commercialement, il fonctionne.

UN MONOPOLE BIEN ANCRÉ

Blizzard dénombrait 12 millions d'abonnés à la fin 2010, son année la plus faste en termes de revenus, et 4,7 millions de ventes en un mois pour sa dernière extension, Cataclysm, lancée en décembre dernier. Un record sur PC. «La grande force de WoW c'est sa communauté, confirme Charles Planade. Pour pouvoir récupérer ces joueurs, les concurrents devront réellement proposer une alternative très riche, sinon les joueurs préféreront rester sur WoW.» De quoi préparer l'avenir avec sérénité. «Jusqu'à présent, toutes les tentatives de concurrencer WoW ont été des échecs, continue Charles Planade. A court terme, la seule tentative viable est celle d'Electronic Arts qui sortira prochainement Stars Wars: The Old Republic.»

Car les jeux en ligne sont des univers persistants, où le temps est un atout. «Le World of Warcraft existant cumule déjà dix ans de travail de la part du studio (dont plus de cinq en exploitation commerciale), qui en font un univers à la quantité de contenu (lieux, quêtes, personnages) d'un niveau quasi impossible à égaler par un nouvel entrant sur le marché», tranche Julien Van de Steene. En outre, Star Wars sera confronté à la baisse déjà



© BLIZZARD ENTERTAINMENT

Un artwork du monstre Morlu Caster, l'un des protagonistes du futur jeu de rôle Diablo III, très attendu par les fans.

drastique des tarifs pratiqués par Blizzard. Au cours des ans, l'éditeur a élargi son public en offrant le premier mois d'abonnement aux nouveaux clients, puis a étendu sa promotion en rendant entièrement gratuit le début du jeu jusqu'au niveau 20, sur un total de 85). «Il ne serait pas étonnant que le jeu descende en positionnement d'ici à quelques années pour finir sa carrière en "free to play", ou sur un modèle s'en rapprochant,» prévoit même Julien Van de Steene.

Pour autant, une certaine usure voire lassitude existe chez les joueurs occidentaux. La fréquentation de World of Warcraft semble d'ailleurs se tasser (11,4 millions d'abonnés au printemps 2011, soit -5% en trois mois). Mais la carrière commerciale du plus célèbre jeu en ligne ne suit pas la même pente sur tous les territoires. «Il est probable que le déclin d'une zone comme l'Amérique du Nord sera compensée par la progression sur les marchés conquis un peu plus tard, notamment l'Asie ou la Russie», rappelle Julien Van de Steene.

Ce nouveau relais de croissance ne doit toutefois pas être surestimé. En Chine, où World of Warcraft est en service de manière ininterrompue depuis septembre 2009, la connexion est facturée l'équivalent de 6 cents par heure. Les modestes revenus générés sont ensuite partagés avec le fournisseur internet chinois Netease.

Blizzard a toutefois d'autres projets, comme les deux prochains chapitres de StarCraft II, le très attendu Diablo III, et surtout un nouveau jeu en ligne pour succéder à WoW. Comme à son habitude, l'éditeur ne communique pas de date de sortie. Ou plutôt si. «When it's done.»

La guerre des puces graphiques s'étend sur smartphones et tablettes

Dans une ère post-PC, les constructeurs historiques de cartes graphiques s'affrontent sur un marché atomisé et multi-plateformes. Consoles, tablettes, smartphones, la course à la performance s'accélère.

Par Didier Bonvin

Le jeu vidéo sur PC, très gourmand en performances, nourrit depuis une vingtaine d'années le marché des cartes graphiques, un secteur en continuelle évolution technologique. Mais depuis la diffusion en masse des smartphones et des tablettes tactiles – une ère que certains n'hésitent pas à qualifier de post-PC – les fournisseurs de puces graphiques, Nvidia et AMD en tête, font face à un nouveau challenge: un marché totalement atomisé.

Les derniers chiffres du cabinet Gartner sont éloquentes. Alors qu'en 2010, le marché mondial des cartes graphiques pour PC totalisait 3,78 milliards de dollars, il ne se chiffrerait en 2015 qu'à 2,32 milliards de dollars...

Faut-il en conclure que les fournisseurs de cartes graphiques vont voir leurs volumes «PC» chuter drastiquement à l'avenir? Selon Matt Wilkins, analyste prin-

cipal des «compute platform» chez IHS, ce marché va continuer à exister. «Nous croyons qu'il y aura toujours une demande pour des cartes graphiques sur les plateformes PC. Nvidia et AMD resteront les principaux fournisseurs dans ce domaine. Mais une nouvelle concurrence se profile, celle des microprocesseurs pour PC qui incorporent des capacités graphiques, comme la puce Sandy Bridge d'Intel; et les performances de ces processeurs vont continuer à augmenter.»

Matt Wilkins tient toutefois à souligner la supériorité de Nvidia et AMD dans le domaine: «Leurs cartes graphiques continueront à représenter le summum en matière de performance pour PC. Et les joueurs «high end» continueront à s'équiper avec ces cartes performantes.» Un marché qu'Intel évalue à 150 millions d'utilisateurs dans le monde, contre 200 millions de joueurs dits «casual» sur PC.

SMARTPHONES ET TABLETTES: UN NOUVEAU MARCHÉ EN EXPANSION

Nvidia et AMD cherchent néanmoins à se diversifier dans le marché des tablettes et smartphones: «Il y a une demande en augmentation pour des puces de plus en plus performantes qui utilisent le moins d'énergie possible», souligne à ce propos Piers Harding-Rolls, analyste chez Screen Digest. Dans ce nouveau marché, Nvidia est d'ailleurs solidement implanté avec sa puce Tegra, spécialement conçue pour les appareils mobiles. La Tegra 2 équipe déjà un tiers du marché des tablettes tactiles qui tournent avec Android, le système d'exploitation de Google.

La direction prise par Nvidia vers ce marché porteur a encore été confirmée par son CEO Jen-Hsun Huang, lors de sa conférence d'août 2011: «Nous avons fait de très, très importants investissements dans le système d'exploitation

de Google. [...] Et aussitôt que le processeur de nouvelle génération Kal-E1 (ndlr: nom de code de la troisième génération des Tegra) sera en production, nous irons aussi vite que le vent.»

De son côté Intel, et son processeur x86, n'équipe que 5% du marché des tablettes et vise une autre niche, celle des set top box pour TV. La «freebox player» de l'opérateur français Free en est équipée. Elle permet de faire tourner des jeux en HD en partenariat avec l'éditeur Gameloft.

EN ATTENDANT LE PROCHAIN BOOM DES CONSOLES

Le marché des consoles de jeu représente un autre secteur très important pour AMD et Nvidia. Chaque génération de console constitue une nouvelle aubaine

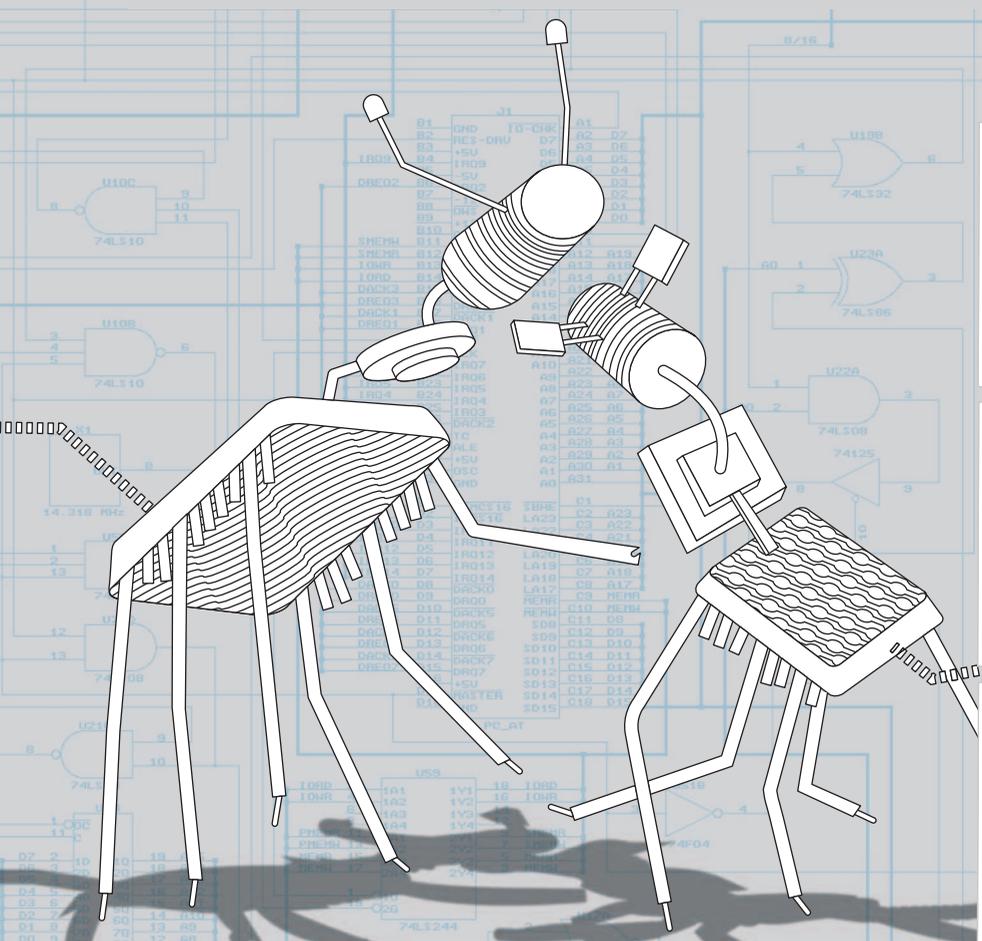
pour les fournisseurs de puces (près de 200 millions de consoles de nouvelle génération ont été écoulées dans le monde). Selon Screen Digest, le prochain boom devrait arriver entre 2013 et 2014, avec respectivement la nouvelle Xbox et la future PlayStation, «mais il est encore beaucoup trop tôt pour savoir quelles puces seront utilisées», relève Piers Harding-Rolls. Pour l'heure, le géant nippon Nintendo est le seul à s'être lancé dans la course pour la prochaine génération. Sa Wii U annoncée pour 2012 sera équipée d'une carte Radeon d'AMD.

Diversifié, mobile, le marché des cartes graphiques a ainsi changé radicalement en quelques années. Les ventes de PC sont moins performantes, le marché du jeu s'est

déplacé sur console et l'apparition des portables, smartphones et tablettes révolutionne encore la donne.

Nvidia fait le pari du mobile, un marché ultra-concurrentiel sur lequel la compagnie est bien placée, mais n'a que peu d'expérience. De son côté, AMD avec sa Radeon, équipe des partenaires solides comme Nintendo ou même Apple, pour la dernière génération des iMacs.

2012 sera donc une année cruciale pour les deux constructeurs avec d'un côté les premiers résultats de vente de la Wii U, et de l'autre l'expansion attendue des tablettes Android, qui s'affirment de plus en plus comme de nouveaux supports pour le jeu vidéo. ▲



INTEL
 CEO
 Paul Otellini
 Chiffre d'affaires
 \$ 43,6 mias
 Siège social:
 Santa Clara, Californie
 Employés:
 82'500
 INTC,U

NVIDIA
 CEO
 Jen Hsun Huang
 Chiffre d'affaires
 \$ 3,4 mias
 Siège social:
 Santa Clara, Californie
 Employés:
 6'000
 NVDA,U

AMD
 CEO
 Rory Read
 Chiffre d'affaires
 \$ 6,5 mias
 Siège social:
 SunnyVale, Californie
 Employés:
 11'600
 AMD,U

Gerhard Schwarz, conscience



Gerhard Schwarz dirige depuis un an le laboratoire d'idées Avenir Suisse, qu'il a rejoint après plusieurs années passées à la tête de la rubrique Economie du quotidien «NZZ». Ce chantre du libéralisme réclame plus de concurrence. A défaut, il en est convaincu, l'innovation est en péril. Portrait.

Par Lukas Hässig

libérale de la Suisse



Le nouveau lieu de travail de Gerhard Schwarz est une ancienne usine désaffectée de l'Ouest zurichois, un quartier industriel reconverti. Un centre d'affaires moderne, doté de grandes tours en verre, d'espaces culturels et d'appartements de luxe, y voit le jour à un rythme tout sauf «suisse». Dans cet environnement en plein essor, on est loin du cadre idyllique des bords du lac de Zurich d'où l'ancien rédacteur en chef adjoint de la «NZZ» a prôché le libéralisme pendant trente ans. Autrefois, seuls des nasillements de canard et quelques crissements de tram troublaient la quiétude ambiante. Aujourd'hui,

un incessant vacarme de chantier gronde de jour comme de nuit.

Le changement n'aurait pas pu être plus radical, mais à 60 ans Gerhard Schwarz, docteur en sciences économiques, ne semble pas s'en émouvoir, au contraire. Pour ce Suisse d'adoption qui a conservé l'accent autrichien de son Vorarlberg natal malgré de nombreuses années passées aux bords de la Limmat, le passage de la «NZZ» à la direction d'Avenir Suisse, l'an dernier, obéit à une logique personnelle. Avec d'autres moyens, il poursuit le même objectif: préserver et consolider la voie libérale dans laquelle s'est engagée avec succès la Confédération.

Mais qui est au juste Gerhard Schwarz, dont la réputation n'est plus à faire dans le monde du journalisme? Que sait-on de la nouvelle figure de proue d'Avenir Suisse, partie en quête de nouveaux défis aux commandes de ce prestigieux laboratoire d'idées et de débats?

Une phrase glissée lors de notre entretien d'une heure et demie livre peut-être l'indice le plus concluant sur sa personnalité. «Beaucoup de gens me reprochent d'être un libéral fondamentaliste. En réalité, je suis beaucoup plus pragmatique qu'on ne le pense», dit-il. L'ancien journaliste et néo-stratège ne donne en effet pas l'impression d'être un archi-capitaliste voulant imposer son idéologie politique. Alors que l'économie est en crise et que beaucoup de gens réclament plus d'intervention de l'Etat, il continue de miser sur le libéralisme, notion complexe qui repose sur les forces dégagées par la liberté de penser et d'agir.

Notre rencontre avec Gerhard Schwarz a lieu dans la lumineuse salle de réunion d'Avenir Suisse, un jour de fin d'été dont les températures sont déjà élevées à 9 h du matin. Il s'empresse de s'excuser pour son retard – à peine cinq minutes – dû à un trajet en bus plus long que prévu. Pour ce penseur au look estival, vêtu d'une chemise blanche à manches courtes et d'un pantalon en coton bleu marine, même le plus petit contretemps semble mériter une explication raisonnable.

Courtois et avenant, le chef d'Avenir Suisse s'étend longuement sur ses convictions profondes. Son habitude manifeste du discours magistral ne permet pas une discussion à bâtons rompus, mais l'échange n'en devient pas fatigant pour autant. Il maîtrise le verbe et la plume, et rend intelligibles des notions complexes en renonçant à jargonner. Toute évocation de connaissances spécialisées s'accompagne spontanément d'une explication simple.

Dans un discours, Gerhard Schwarz a dit un jour que le journalisme sans valeurs éthiques n'avait «pas de valeur». Interrogé sur les siennes propres, il s'adosse à son siège, retire ses fines lunettes en aluminium et réfléchit en silence. Puis rétorque: «Vous me posez une question difficile», avant de tourner son regard vers la fenêtre. Lorsqu'il reprend la parole après quelques secondes, le patron d'Avenir Suisse remonte loin dans son passé, jusqu'à son enfance dans l'Ouest autrichien. Il raconte comment il a grandi dans une famille catholique, fils d'un petit



Warrants de Goldman Sachs



La confiance naît de l'expérience : Goldman Sachs propose en Suisse depuis plus de 15 ans une large gamme de produits de placement et de produits à effet de levier adaptés à toutes les situations de marché. → www.goldman-sachs.ch/Firmengeschichte



Faire jouer l'effet de levier : Les investisseurs peuvent aujourd'hui choisir parmi un grand nombre de warrants call et put sur des sous-jacents dans diverses catégories de placement : actions suisses et américaines, métaux précieux et devises. → www.goldman-sachs.ch/Warrants



Un niveau de transparence élevé : Vous informer sur les risques est notre priorité ! Vous trouverez sur notre site la présentation transparente des chances et des risques des produits, des frais et commissions éventuels, ainsi que nos notes de solvabilité actuelles et de nombreuses autres informations. → www.goldman-sachs.ch/Transparenz



Des normes communes : Goldman Sachs fait partie de l'Association suisse des produits structurés (ASPS) et s'engage pour la définition de normes communes et d'une transparence accrue. → www.goldman-sachs.ch/SVSP

Avez-vous des questions sur nos produits de placement ? Prenez contact avec nous !

Vous pouvez nous joindre par téléphone au +41 (0)44 224 1144 ou nous envoyer un courriel au : swisswarrants@gs.com.

Ces informations sont données sans garantie. Les communications téléphoniques sont enregistrées, l'accord de l'appelant étant considéré comme acquis. Goldman Sachs Bank AG, Public Distribution, Münsterhof 4, case postale, CH-8022 Zurich, Téléphone : +41 (0)44 224 1144, Télécopie : +41 (0)44 224 1020 www.goldman-sachs.ch, E-Mail : swisswarrants@gs.com.
© Goldman Sachs, 2011. Tous droits réservés.

entrepreneur spécialisé dans la vente de pièces de rechange à l'industrie des machines. Une famille dans laquelle on luttait pour survivre dans un environnement où la concurrence était rude.

L'église et la famille, la foi et l'économie, tels sont les pôles autour desquels le jeune Gerhard Schwarz s'est forgé une personnalité. Ses idées sont influencées par sa foi, qu'il cite avant même ses études et son parcours professionnel. «Les dix commandements sont importants. Ils me servent de point de référence», déclare celui qui passe pour un ardent défenseur d'une économie de marché pure et dure. A ses yeux, les valeurs chrétiennes conservent toute leur importance et leur actualité dans notre société.

L'engagement quotidien de son père dans l'entreprise familiale a également fortement impressionné Gerhard Schwarz. Depuis sa plus tendre enfance, son existence est bercée par le rythme des fluctuations conjoncturelles. «Lorsque les carnets de commandes n'étaient pas pleins, je le remarquais à la mine soucieuse de mon père – et aussi à ce que nous avions dans nos assiettes.». A l'époque, l'Etat ne venait pas à la rescousse des petites entreprises en leur accordant des subventions par temps de crise. On tenait bon ou on coulait.

Après la religion et l'entrepreneuriat, ce sont ses études en sciences économiques qui ont influencé Gerhard Schwarz. Il les entame à Saint-Gall à la fin des années 1960. L'Europe est en effervescence, la jeunesse se révolte. C'est le temps des manifestations étudiantes, des échauffourées dans les grandes villes, des occupations d'amphithéâtres et des débats passionnés.

Contrairement aux soixante-huitards «révolutionnaires»,

Gerhard Schwarz a suivi l'approche constructiviste, persuadé qu'un grand projet émanant d'en haut pouvait façonner une société nouvelle. Il s'est rendu compte avec le temps que cette vision n'était pas réaliste.

Après ses études à Saint-Gall, il est embauché chez Hilti, le groupe industriel, dans la principauté du Liechtenstein. L'ambiance commerciale qui y règne n'est manifestement pas du goût du jeune docteur en sciences économiques. Après seulement un an dans le milieu des affaires, il intègre la rédaction Economie de la «vieille dame», comme on surnomme la «NZZ» dans les médias. L'influence de Willy Linder, ancien chef de la rubrique et supérieur de Schwarz, sera déterminante dans son évolution personnelle. Linder l'oriente vers la pensée de l'économiste Friedrich August von Hayek, figure emblématique des libéraux, qui a fourni à ce jour les réponses les plus convaincantes aux grandes problématiques économiques de notre temps.

«Les dix commandements sont importants. Ils me servent de point de référence.»

Gerhard Schwarz a été fortement marqué par le discours qu'Hayek tient lors de la réception du Prix Nobel. Dans «The Pretence of Knowledge», Hayek démontre que l'économie d'une nation est un système complexe qu'on ne peut pas diriger depuis en haut jusque dans ses moindres détails. Il prône un interventionnisme minimal dans l'économie, non seulement parce que l'objectif premier est de préserver la liberté, mais

parce que la tâche relève tout simplement de l'impossible. Le chef d'Avenir Suisse croit avant tout aux vertus de la libre concurrence: «La concurrence est une quête permanente de l'innovation. Sans concurrence, il est incommensurablement plus difficile d'innover.»

Si son credo vaut à la petite échelle des entreprises, il vaut aussi à l'échelle plus grande des espaces économiques. Gerhard Schwarz fait ainsi partie de ceux qui sont sceptiques à l'égard de l'Union européenne, cet ensemble de pays et de cultures on ne peut plus différents qui traverse actuellement sa crise la plus grave. Bien que la critique de l'UE soit quelque peu à la mode en Suisse, Gerhard Schwarz s'abstient de toute critique de fond. Il se contente de déclarer qu'en tant qu'«épine dans la chair de l'UE», image employée par un politicien européen, la Confédération est «une bénédiction pour nos voisins». Selon lui, la question n'est pas de savoir si la Suisse est un modèle pour l'Union européenne, mais si le modèle fédéral et décentralisé peut lui servir de référence.

Gerhard Schwarz dit se sentir comme une petite roue dans le grand engrenage contribuant à la diffusion des idées libérales en Suisse, tout en nous remettant un exemplaire du discours qu'il a tenu fin 2009 quand il a reçu le Prix de la Stiftung für Abendländische Ethik und Kultur. Dans cette allocution, il justifie son rôle de porte-étendard de la cause libérale. Pour Gerhard Schwarz, le libéralisme mise sur la liberté, non pas parce que cela permet de maximiser la prospérité de l'individu, mais par principe. Il écrit: «Ce «oui» à la liberté repose uniquement sur l'expérience et la conviction qu'elle génère, tout compte fait, plus de forces positives que de forces négatives».▲

A portrait of Thomas Beschorner, a man with light brown hair and glasses, wearing a blue pinstriped suit jacket over a purple shirt. He is standing outdoors in a wooded area, with his hand resting on his chin in a thoughtful pose. The background consists of tree trunks and green foliage.

« Le libéralisme, l'éthique
et l'économie étaient
intimement liés. »

Le directeur de l'Institut d'éthique économique de l'Université de Saint-Gall, Thomas Beschorner, a reçu Swissquote Magazine. Il s'exprime sur la responsabilité sociale des entreprises et le cadre à donner au libéralisme.

Par Sylvain Menétrey

L'Allemand Thomas Beschorner codirige depuis 2010 l'Institut d'éthique économique de l'Université de Saint-Gall. Discipline rare – seuls sept professeurs en Suisse sont spécialisés dans ce domaine – l'éthique économique s'intéresse notamment à la responsabilité sociale des entreprises et tente d'inculquer aux futurs managers une forme de morale des affaires.

Et discipline sensible. Car en contact avec l'actualité et la politique. La critique du secret bancaire par l'ancien vice-directeur de l'institut Ulrich Thielemann, d'origine allemande également, avait cabré une partie de la classe politique suisse, mais aussi le rectorat saint-gallois. Christoph Blocher avait déposé sa candidature pour reprendre la chaire, finalement attribuée à Thomas Beschorner et Florian Wettstein. Le choix d'adosser à Thomas Beschorner un collègue suisse ne serait pas étranger à sa nationalité allemande... Interview.

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶ D'où vient la discipline de l'éthique économique?

THOMAS BESCHORNER ▶ En premier lieu, il faut noter que la science économique prend ses racines dans la philosophie et la théologie. Par exemple, Adam Smith, le père fondateur de l'économie moderne, était un philosophe moraliste et un théologien. A l'époque où il s'est intéressé aux questions économiques, celles-ci ne constituaient pas encore une discipline académique. Smith réfléchissait principalement à la justice et au bien-être. Il avait pour objectif d'améliorer le monde. Ainsi, à l'origine, l'éthique et l'économie étaient intimement liées, même si aujourd'hui certains ont tendance à penser qu'elles sont opposées.

L'éthique économique a pour défi d'intégrer les questions de

morale et d'éthique dans l'économie et la société, bien que l'on évolue dans un monde totalement différent de celui d'Adam Smith.

Il est rare qu'une succession à une chaire académique fasse autant l'objet de débats politiques. Christoph Blocher avait déposé sa candidature pour le poste que vous occupez. Il semblait que vous seriez le seul titulaire, mais le rectorat a finalement nommé un second professeur. Comment avez-vous vécu cette période?

Je ne connais pas les détails du débat politique. On m'a simplement demandé à un certain moment si j'acceptais de collaborer avec Florian Wettstein. J'ai trouvé – et je trouve toujours – cette idée fantastique car deux professeurs d'éthique économique valent mieux qu'un. En outre, le rectorat m'a confirmé que notre discipline constitue un thème central qu'il veut encore renforcer. Ce n'est donc pas uniquement pour des questions politiques que nous sommes deux. Il faut y voir une preuve de l'engagement de l'université pour l'éthique économique.

«La société exige des entreprises qu'elles ne se bornent pas à maximiser leur profit»

Vous sentez-vous libre d'exercer votre rôle de porte-parole d'une certaine morale, qui peut aller à l'encontre des intérêts économiques de la Suisse?

Mais bien sûr! C'était l'une de mes questions préalables au rectorat lors de mon embauche. La science fait de plus en plus figure de dernier bastion où

l'on peut penser et s'exprimer librement, et donc aussi critiquer. Il est vital pour la société que de tels domaines subsistent. Les scientifiques, qu'ils soient éthiciens économiques, théoriciens des organisations ou chercheurs en finances, doivent garder leur indépendance par rapport au pouvoir et à l'argent, réfléchir et exprimer leurs opinions.

En tant qu'éthicien, comment se positionne-t-on par rapport au libéralisme?

Il y a souvent des préjugés envers l'éthique économique. Certains – comme M. Blocher – pensent qu'il s'agit d'une discipline socialiste voire marxiste, ce qui n'est absolument pas vrai. L'éthique économique s'intéresse à l'économie de marché et à ses principes. Comme l'économie de marché est d'essence libérale, je me place dans un courant de pensée forcément libéral.

Cela veut-il dire que vous soutenez pleinement l'idée que l'enrichissement personnel favorise le bien commun?

Qu'on en soit content ou pas, il n'y a vraisemblablement aucune alternative à l'économie de marché. L'expérience socialiste s'est révélée un échec doublé d'injustice sociale et de surexploitation économique. Nous connaissons de semblables maux dans l'économie de marché actuelle. Mais si je réfléchis à l'économie et à l'éthique, la meilleure manière de concilier les deux est d'opter pour l'économie de marché. Je ne suis pas partisan pour autant d'un libéralisme de Manchester sans frein. Il faut encadrer l'économie de marché sur deux axes. Premièrement, elle doit toujours comporter une composante sociale, ou pour aller un peu plus loin: une composante écologique et sociale. Les gouvernements doivent établir des lois et des instruments qui fixent des règles. Le politique

devrait avoir la primauté sur le marché et non le contraire.

Deuxièmement, il y a depuis quelques années un consensus au sein de la communauté des éthiciens pour pousser les entreprises à réfléchir à leur contribution sociale plutôt qu'à la seule maximisation de leurs profits. Le but principal n'est pas qu'elles dotent des fondations de quelques millions de francs, mais qu'elles parviennent à insuffler une éthique dans leur pratique. Par exemple: Comment traitent-elles leurs employés? Comment organisent-elles leur processus de production? Quel type de produits fabriquent-elles? Comment se comportent-elles avec leurs sous-traitants au Bangladesh ou au Pakistan? Et si l'on considère le plan commercial: quel type de publicité font-elles? Etc.

Les investissements éthiques ont la possibilité de jouer un rôle dans ce domaine en plébiscitant des entreprises qui respectent certaines normes, à travers des fonds éthiques.

Oui, c'est quelque chose d'intéressant qui se développe depuis quelques années. Les entreprises commencent à s'occuper de manière croissante de ces questions d'éthique, sans l'intervention d'éthiciens qui leur

tapent sur les doigts. Les programmes éthiques, les codes de conduite pour lutter contre la corruption ou les audits réguliers chez les sous-traitants des pays en développement deviennent plus courants.

Les grandes entreprises et celles qui produisent des biens de consommation prennent cette thématique très au sérieux car elles sentent une pression de la société. La société exige des entreprises qu'elles ne se bornent pas à maximiser leur profit, mais qu'elles remplissent aussi leur rôle d'acteur social. Les entreprises commencent à répondre à cette demande et je m'en réjouis. Le dialogue entre les entreprises, la société civile et la science avance dans la bonne direction. Des initiatives institutionnelles comme **Global Compact** des Nations unies en est une émanation. Il s'agit d'une liste de dix principes que les entreprises acceptent d'appliquer en termes de transparence, de conditions de travail, etc. Plus de 6000 entreprises dans 35 pays ont déjà signé. En Suisse, quelques grandes entreprises comme Novartis, Nestlé, Migros ou Coop y participent. Ce type d'initiative permet de faire évoluer petit à petit les règles du jeu au niveau global. L'an

dernier a été lancée une nouvelle norme ISO pour la responsabilité des organisations, le ISO 26000, qui va dans le même sens. Ce sont des initiatives intéressantes que nous devons accompagner de façon critique, mais constructive.

Une autre question éthique se pose pour les multinationales. Elle concerne leur présence dans des dictatures comme la Chine, par exemple. Doivent-elles boycotter ces pays pour éviter que leur technologie ne serve au régime ou au contraire s'y installer pour favoriser l'amélioration des droits de l'homme?

C'est une question difficile, peut-être trop générale pour pouvoir y répondre. Je trouve très critiquable le fait de vendre des armes à des dictatures. La fabrication d'armes est en elle-même problématique. Mais en ce qui concerne les droits de l'homme en Chine, il faut regarder chaque cas individuellement. Il me semble que la politique doit avoir dans de telles décisions un rôle d'éclaireur. Il faut faire attention à ne pas en demander plus aux entreprises que ce que la politique n'accomplit. Pour l'instant, cette dernière reste timorée envers la Chine. Elle aperçoit un grand marché potentiel et laisse les questions des droits de l'homme en jachère.

Un duo complémentaire

Après un enseignement professionnel de directeur commercial, l'Allemand Thomas Beschorner, 41 ans, étudie l'économie à l'Université de Kassel et à l'Université nationale d'Irlande, puis réalise un doctorat en sciences sociales à l'Université d'Erfurt en 2001 avant de partir enseigner dans différentes universités à Montréal. Il partage la chaire d'éthique économique de Saint-Gall avec Florian Wettstein, 35 ans, qui avant son arrivée était professeur assistant à l'Université de Minneapolis. Les deux cotitulaires de la chaire

voient leur double nomination comme une chance. Leur complémentarité apparaît en effet exemplaire. «Nos profils académiques peuvent sembler proches, mais en réalité nos compétences diffèrent beaucoup. J'aborde les questions de responsabilité et d'éthique en économie par le biais des sciences sociales et non d'un point de vue normatif, explique Thomas Beschorner. A l'inverse, Florian Wettstein s'intéresse en premier lieu aux questions normatives, telles que les droits de l'homme ou les droits des entreprises.»

L'Egypte est un cas intéressant. Le gouvernement a tenté d'éviter les mobilisations populaires en coupant les téléphones mobiles et les accès aux réseaux sociaux. On peut se demander pourquoi une entreprise accepte ce diktat. Il me semble blâmable qu'une filiale de Vodafone en Egypte puisse prendre cette décision, qui devrait incomber au siège international. On a besoin dans ces cas de standards clairs qui s'appliquent à tous, aussi bien à Swisscom, qu'à Vodafone ou Deutsche Telekom.

Quelle est la portée de vos recherches au niveau politique?

Nous travaillons dans différents domaines théoriques et empiriques, comme par exemple la responsabilité sociale des entreprises, la question d'une économie de marché civilisée et sociale, les droits de l'homme, les standards sociaux et écologiques, l'éthique dans le domaine des nouvelles formes de technologie et de communication ou encore le rôle d'une entreprise comme acteur politique et moral. Je peux vous parler de deux projets concrets que nous venons de lancer. Le premier est un projet européen. Nous comparons les politiques économiques de huit pays, parmi lesquels l'Espagne, la Suisse, l'Allemagne ou la Pologne. Nous cherchons, par exemple, à faire l'inventaire des règles dans la branche textile visant à résoudre certains problèmes sociaux. Quels sont les efforts politiques allant dans ce sens? Quelle politique concrète mènent la Suisse ou l'Espagne en matière de commerce de détail? La finalité est de faire émerger les pratiques qui ont fait leurs preuves et de montrer aux différents pays ce qu'ils peuvent apprendre les uns des autres.

Le second projet concerne les PME. De manière étonnante, elles n'ont pas suscité beaucoup de recherches du point de vue de l'éthique. Nous menons une vaste étude à laquelle les entreprises peuvent participer en remplissant un questionnaire. Elles témoignent de ce qu'elles font en matière de ressources humaines, d'engagement pour leur lieu de résidence, ou encore comment elles s'inscrivent dans une chaîne de création de valeur. Nous allons traiter ces questionnaires, regarder où se situent les points forts, dans quel domaine les PME sont très actives et où il faut faire encore des efforts.▲

Global Compact

Initié en 1999 par Kofi Annan lors du Forum de Davos, le Pacte mondial (Global Compact) vise à promouvoir dix principes dans les domaines de l'environnement, des droits de l'homme, des droits du travail et de la lutte contre la corruption. Les entreprises qui y adhèrent s'engagent à progresser chaque année dans au moins un de ces **10 principes**, et à communiquer annuellement sur leurs progrès auprès des Nations Unies.

1 Les entreprises doivent promouvoir et respecter les droits de l'homme reconnus sur le plan international.

6 Élimination de la discrimination en matière d'emploi et d'exercice d'une profession.

2 Les entreprises ne doivent pas se faire complices de violations des droits fondamentaux.

7 Promouvoir une approche prudente des grands problèmes touchant l'environnement.

3 Les entreprises devraient respecter l'exercice de la liberté d'association et reconnaître le droit à la négociation collective.

8 Prendre des initiatives en faveur de pratiques environnementales plus responsables.

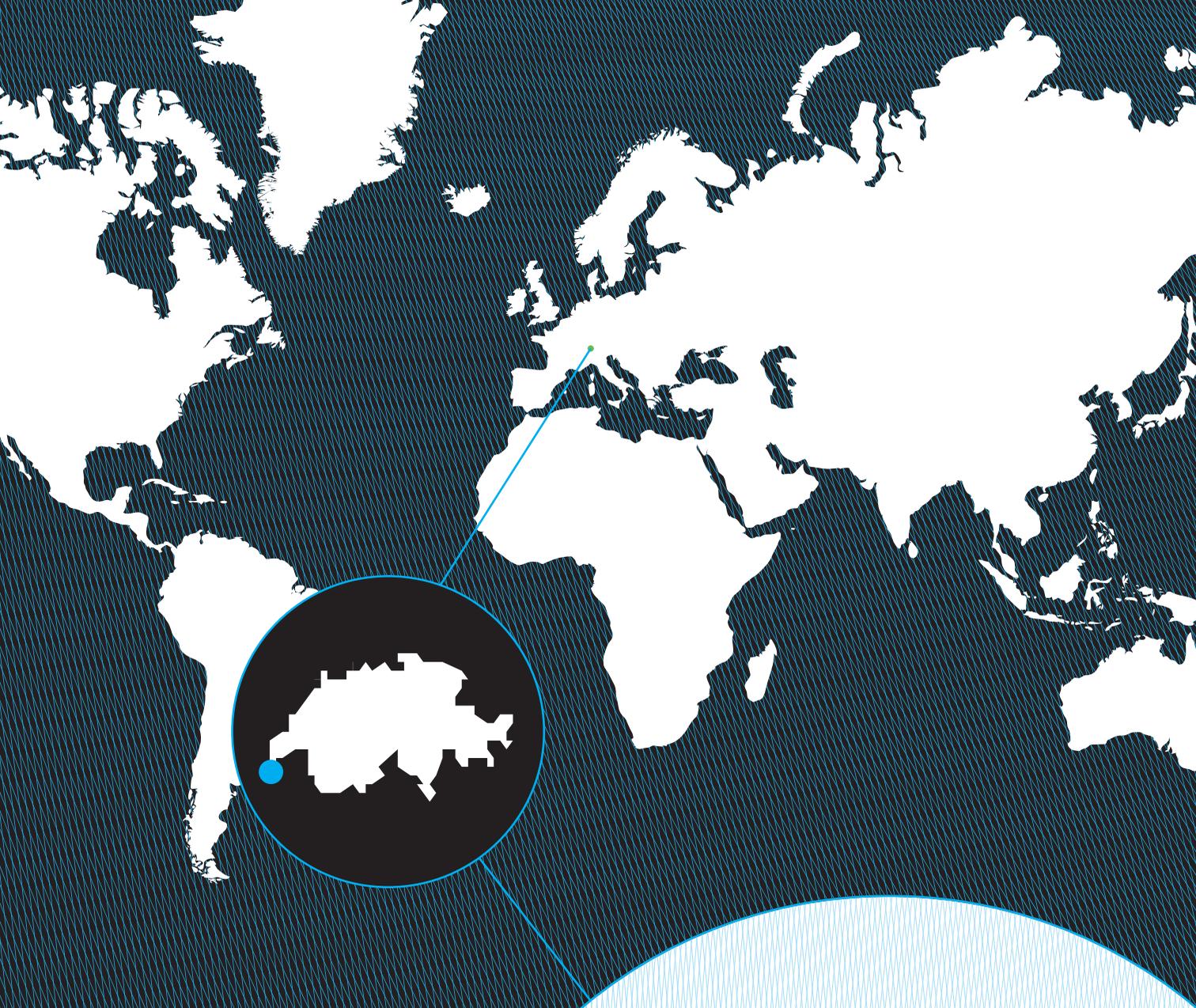
4 Élimination de toutes les formes de travail forcé et obligatoire.

9 Encourager la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

5 Abolition effective du travail des enfants.

10 Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.

Plus de 6000 entreprises dans 35 pays ont déjà signé ce pacte, parmi lesquelles de grandes entreprises suisses telles que Novartis, Nestlé, Migros, Coop, Credit Suisse, UBS, Givaudan, Sulzer, Syngenta, Firmenich, Sika, Schaffner, Geberit, Adecco.



Comment optimiser un rapport annuel, une publication scientifique ou économique? L'agence genevoise LargeNetwork lance un nouveau service: l'infographie à haute valeur ajoutée.

Ce service repose sur une coopération étroite entre journalistes et designers. Graphiques, schémas, diagrammes: les données complexes sont visualisées de manière percutante et immédiatement compréhensible.

De nombreuses entreprises et institutions font appel à LargeNetwork pour leurs infographies.

LargeNetwork
6, rue Abraham-Gevray
1201 Genève / Suisse
+41 22 919 19 19
info@LargeNetwork.com
www.LargeNetwork.com/infographics

À LIRE

«FUTURE SCIENCE» «ESSAYS FROM THE CUTTING EDGE»

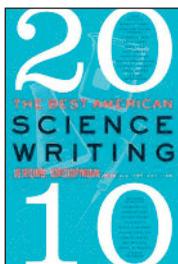
Max Brockman, editor (Random House, 2011)



Quels sont les secteurs qui créeront la plus forte croissance dans dix ou quinze ans? Pour tenter d'imaginer l'économie du futur, rien de tel qu'un bon livre sur l'innovation scientifique. Celui de l'éditeur Max Brockman présente les travaux d'une vingtaine de jeunes chercheurs, parmi les plus prometteurs de leur génération. Neurologie, data-mining, étude du comportement humain... Des aventures à la pointe de la science, racontées de manière toujours claire et compréhensible.

«THE BEST AMERICAN SCIENCE WRITING»

Jerome Groopman, editor (Ecco Harper Collins)



Les lecteurs qui s'intéressent à la recherche mais qui n'ont pas le temps de lire les revues spécialisées se précipiteront sur le livre de Jerome Groopman, qui réunit les meilleurs articles scientifiques publiés récemment par les grands journaux américains («New York Times», «The Atlantic», «Wired», «The New Yorker», etc.). Un ouvrage qui vous rendra plus intelligent, tout en offrant un vrai plaisir de lecture.

À TÉLÉCHARGER

DOODLE MOBILE

(Android, iPhone)



L'application la plus simple pour définir des dates

de meeting s'étend sur smartphones et squatte les premières places des apps les plus téléchargées. Elle permet de se connecter à son compte Doodle et gère automatiquement les adresses dans l'iPhone. Avec 8 millions d'utilisateurs dans le monde, c'est le premier outil d'organisation de meeting au monde. Pour la petite histoire, Doodle a été créé à Zurich en 2003.

Doodle
CHF 3.-

CLASSER SES NOTES

(iPad)



Basique et peu visuel, l'outil de prise de

notes d'Apple inclus dans l'iPad ne permet pas de classement. Plusieurs applications remédient à ce manque. Noteshelf fait partie des systèmes les plus réussis. Les notes peuvent être écrites ou dessinées, puis classées dans des petits livres. Customisables, ils sont répertoriés dans une bibliothèque de type iBooks. Une réussite esthétique.

Noteshelf
CHF 5.-

CLOUD GRATUIT

(iPhone, Android, Mac OS X)



Le Cloud est le mot à la mode. Cette tendance

consiste à sauvegarder les fichiers sur un serveur externe, en gardant un minimum d'informations sur les machines personnelles. Producteev surfe sur la tendance du Cloud avec un manager de tâche convivial et multi-plateformes. Il permet de définir, dater et assigner des projets tout en les synchronisant facilement entre desktops et plateformes mobiles. Une application gratuite, efficace et presque indispensable.

Producteev
Gratuit

LES NOTES MULTI-PLATEFORMES

(Mac, PC, iPhone, Android)



Entre les photos, les notes ou les marques-

pages web, le contenu d'un smartphone ressemble à un fourre-tout. Memonic, un outil intuitif, permet de rassembler ces informations sous la forme d'hypernotes en y insérant toute sorte de contenu (liens, images et même des extraits de fichiers Word ou Excel). Ces hypernotes peuvent être reprises et retouchées sur le web, sur son desktop ou sur une tablette tactile.

Memonic
gratuit

INVESTISSEMENT: LES AVANTAGES DU CRÉDIT LOMBARDE

Pour dégager du cash et diversifier son portefeuille de titres, faire appel à un crédit lombard peut représenter la solution idéale.

Les explications de Jürg Schwab, directeur de la salle des marchés de Swissquote.



SWISSQUOTE MAGAZINE ▶
Quelles sont les conditions à remplir pour obtenir un crédit lombard?

JÜRIG SCHWAB ▶ Le crédit

lombard est octroyé contre un nantissement de titres. Il peut aussi bien s'agir d'actions que d'obligations, ou encore de fonds de placement, de placements fiduciaires, de comptes à terme ou de produits structurés. En principe, il faut disposer d'au moins cinq titres bien diversifiés.

En fonction de la nature du produit, de la qualité de l'émetteur et du rating des agences de notation, nous proposons différents taux de nantissement. Les obligations de la Confédération suisse sont celles qui donnent lieu au meilleur taux, soit 90%

de leur valeur. Pour les actions, cela fonctionne selon le même principe; nous octroyons le taux maximal de 60% pour les blue chips, par exemple.

Comment les clients de Swissquote peuvent-ils en profiter?

De façon très simple et rapide. Il suffit de disposer d'un compte chez Swissquote, de se rendre sur notre site et d'imprimer deux documents: le contrat pour le crédit lombard et l'acte de nantissement, puis de nous retourner les documents signés. Nous établissons alors une limite de crédit en fonction de la qualité du dossier. Cela ne prend que quelques minutes. La ligne de crédit est automatiquement mise à la disposition du client sur son compte, avec l'indication du montant maximal à disposition.

A noter que Swissquote propose des taux très intéressants, sur la base de la situation des taux du marché monétaire.

S'agit-il d'un contrat à durée déterminée?

Non il n'y a pas de durée fixe. Le crédit lombard court dès la signature du contrat et le client paye uniquement en fonction de son utilisation. Si un client dispose par exemple d'un crédit de 50'000 francs mais qu'il n'utilise que 10'000 francs, il payera les intérêts seulement sur cette somme. Généralement, le remboursement s'effectue par la vente de titres ou par un versement en cash.

Existe-t-il un montant minimal en dessous duquel vous n'attribuez pas de crédit lombard?

Non, si cela est possible, nous attribuons le crédit.

En pratique, à quoi sert un crédit lombard?

L'intérêt premier de demander un crédit lombard consiste à augmenter et diversifier son portefeuille. Prenons le cas d'une personne très exposée dans le secteur bancaire mais qui n'a pas envie de vendre ses titres. En demandant un crédit lombard, elle pourra, par exemple, moyenner le prix de revient de ses titres existants en rachetant les mêmes titres, ou alors acheter des actions d'autres secteurs économiques (Nestlé, Bayer,

Holcim, etc.), tout en conservant ses titres existants.

Il y a également un intérêt spéculatif. Si vous pensez que le marché va monter, par exemple de 5% sur le mois à venir, et que les intérêts débiteurs sur le crédit lombard sont de 3% par année (soit 0,25% pour un mois), il devient intéressant de profiter de ce levier en achetant des actions ou tout autre produit qui rapporteront alors 4,75% net.

Y a-t-il d'autres bonnes raisons d'acquérir un crédit lombard?

Le crédit lombard permet de se protéger ou de spéculer par rapport au risque de change. Prenons un exemple concret: je dispose de titres US représentant 100'000 dollars. Pour me protéger contre le risque de dépréciation du dollar, je peux vendre ces dollars dans le futur contre des francs suisses. Pour les opérations à terme, Swissquote bloque une marge de 10%, soit 10'000 dollars dans le cas présent. Le pouvoir d'achat dégagé par le crédit lombard permet d'effectuer cette opération. Par ailleurs, le pouvoir d'achat offert par le crédit lombard peut être utilisé dans le compte eForex, un outil dédié à la spéculation sur les devises avec un levier important. ▲

«Le crédit lombard court dès la signature du contrat et le client paye uniquement en fonction de son utilisation.»

Le crédit lombard: définition

Le crédit lombard permet à l'emprunteur d'obtenir une avance en compte courant contre nantissement d'un dépôt de titres (actions, obligations ou autres placements). Le prêteur, soit la banque, détermine le taux d'avance accordé en fonction du risque et de la qualité des titres remis en nantissement.

SWISSQUOTE

JEU-CONCOURS

GAGNEZ

10'000 francs

Comme lors de chaque édition de Swissquote Magazine, il est à nouveau possible de tester ses talents en matière de prévisions boursières. A la clé, un gain potentiel de plus de 10'000 francs.

Dans chaque édition du magazine, une banque leader dans les produits structurés publie un portefeuille constitué par ses soins, d'une valeur initiale de 10'000 francs (voir en p. 77 le portefeuille d'UBS). De son côté, Swissquote achète «pour de vrai» ce portefeuille sur le marché dans le but de l'offrir à la personne qui remportera le concours.

Jusqu'à la clôture des pronostics, les lecteurs peuvent estimer la valeur qu'aura le portefeuille à une date précise. Le joueur qui estimera la valeur au plus juste gagnera l'intégralité du portefeuille, quel que soit son montant final.

Les participants arrivés en 2^e et 3^e position seront également récompensés: chacun se verra offrir dix parts de fonds Swissquote, d'une valeur totale de 600 francs. Ces parts sont versées

sur le compte Swissquote du destinataire du prix, ou sur un nouveau compte si ce dernier n'est pas encore client.

Les portefeuilles proposés dans le cadre de ce jeu sont constitués avec des produits structurés. Il s'agit donc essentiellement de produits dits «synthétiques», à effet de levier.

Pour s'aider dans leurs pronostics, les joueurs ont la possibilité de consulter le site internet de Swissquote. Le portefeuille du mois est accessible sur la page:

www.swissquote.ch/url/concours

En cliquant sur les différents produits, les participants peuvent obtenir une mesure de risque fournie par Swissquote. ▲

Conditions de participation

Ce concours est gratuit et ouvert à tous les résidents suisses. Il n'est pas nécessaire de disposer d'un compte Swissquote pour y prendre part.

Tous les détails à ce sujet sont disponibles sur la page www.swissquote.ch/url/concours du site internet de Swissquote.

LE CONCOURS DÉMARRE LE 20 OCTOBRE ET SE TERMINE LE 14 NOVEMBRE À MINUIT.
LE PROCHAIN PORTEFEUILLE SERA PUBLIÉ LE 8 DÉCEMBRE.

UBS LE PORTFOLIO DU NUMÉRO

Ces dernières années, les investisseurs privés en quête de solutions de placement inventives et personnalisées sont devenus beaucoup plus exigeants et, de ce fait, ont beaucoup contribué à l'essor des produits structurés. Des instruments de placement jusqu'ici essentiellement réservés aux investisseurs institutionnels font désormais leur apparition dans le portefeuille d'investisseurs privés.

UBS, distributeur de la première heure de ce type de produits, s'est toujours fixé pour but d'offrir à ses clients une gamme de solutions d'investissement diversifiées et de première qualité. À côté des produits standardisés le plus souvent négociables en Bourse sur le marché secondaire, UBS offre à ses clients la possibilité de se faire proposer par leurs conseillers à la clientèle des solutions taillées sur mesure en fonction de leurs besoins individuels.

La présente palette de produits montre comment se compose un portefeuille constitué de produits structurés. Dans le secteur des produits structurés, les exigences à l'encontre de l'émetteur sont particulièrement élevées. C'est pourquoi la qualité de l'émetteur revêt une importance capitale. Le risque varie de le type de produit. Il importe que vous compreniez le risque lié à un produit tout comme celui immanent à son sous-jacent. Si un produit vous intéresse, commencez par en parler avec votre conseiller à la clientèle. Nous vous souhaitons beaucoup de succès dans vos placements à venir, de même que pour votre participation au jeu-concours.



VOTRE CAPITAL MÉRITE DAVANTAGE DE CHOIX

PERLES sur contrats à terme sur dividendes: En des temps d'incertitude sur les marchés boursiers, les dividendes gagnent en intérêt. PERLES permet à l'investisseur de participer aux dividendes distribués sur les titres de l'Euro Stoxx 50 de l'année 2014 sans s'exposer aux aléas des cours des actions. La comparaison avec les dividendes distribués dans l'année en cours montre que le scénario d'une récession mondiale a déjà été anticipé.

Leveraged PERLES Plus sur un panier de monnaies: En dépit de l'intervention de la BNS de début septembre 2011, la plupart des observateurs continuent de considérer la devise suisse comme surévaluée. Les Leveraged Perles Plus permettent à l'investisseur de profiter d'un retournement de tendance du taux de change du franc suisse face à un panier de monnaies composé de la couronne norvégienne (NOK), de la couronne suédoise (SEK), du dollar australien (AUD) et du dollar néo-zélandais (NZD). À l'échéance, le seuil fixé fonctionne comme une garantie conditionnelle du capital pour le cas où, contre toute attente, le franc suisse continuerait de s'apprécier.

Participer à la croissance asiatique par le biais de valeurs blue chips occidentales:

La croissance économique que connaissent les pays émergents profite également à leur pouvoir d'achat. Voilà qui peut faire l'affaire des entreprises et des marques occidentales déjà implantées et avantagusement positionnées sur ces marchés.

L'UBS a réuni un choix de blue chips bien placés pour profiter de l'augmentation de la demande pour des produits occidentaux. Le produit PERLES sur Emerging Markets Growth Winner Basket II permet de participer directement au développement des titres sélectionnés.

Worst of Kick-in Goal sur indices: Le UBS Kick-In GOAL sur indices boursiers mondiaux, un produit de la catégorie «à rendement optimisé», permet de se faire verser des coupons attractifs tout en bénéficiant d'une garantie conditionnelle du capital. Le Worst of Kick-In Goal sur l'EuroStoxx 50, le S&P 500 et le SMI donne droit au versement d'un coupon de 8% p.a., avec un seuil fixé à 50%.

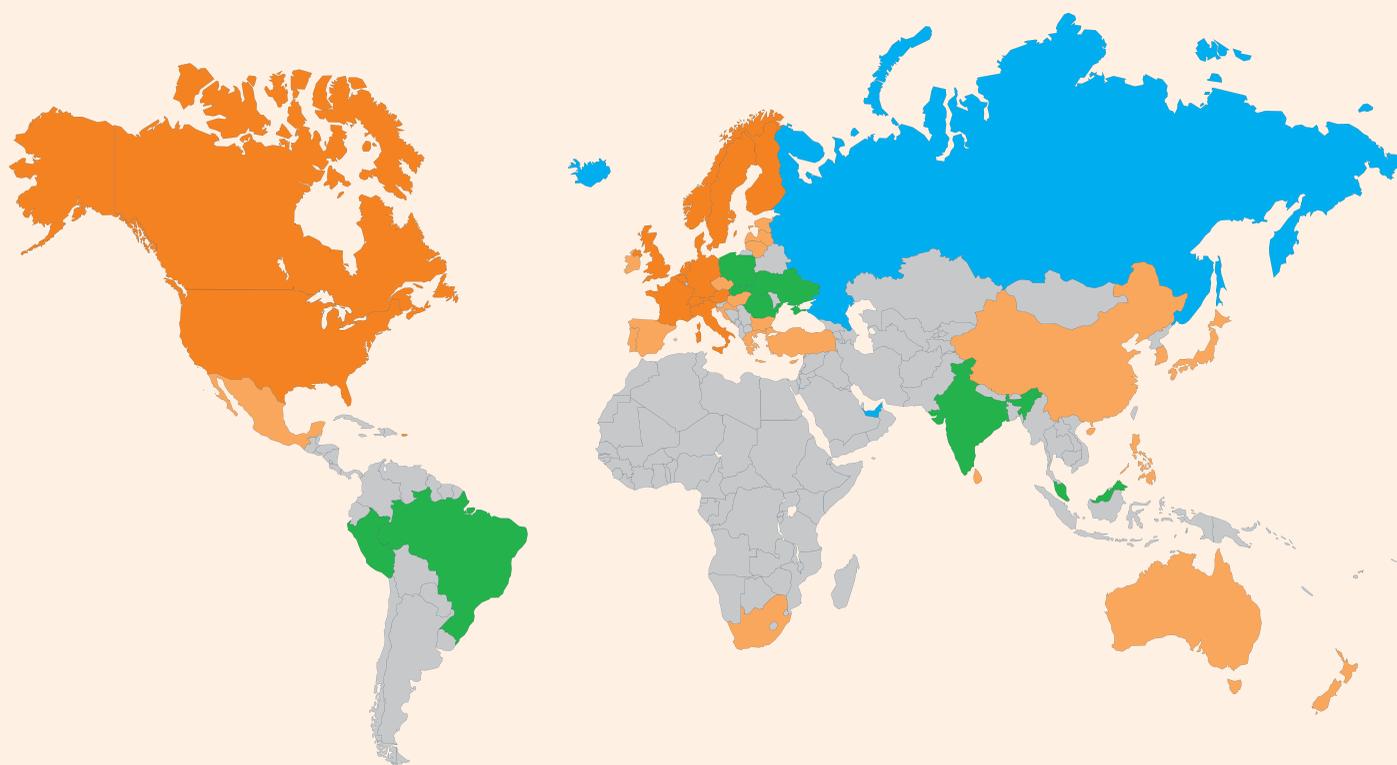
Leveraged Index Tracker linked to CMCI Composite Index & CMCI Essence T10:

Ce certificat permet au client d'investir dans l'indice UBS Bloomberg CMCI des matières premières, qui a connu une belle performance jusqu'ici. Le certificat comporte en outre un engagement dans l'indice CMCI Essence T10. Cette association doit apporter à l'investisseur de meilleures chances de rendement assorties d'une volatilité au total plus faible.

Pour de plus amples renseignements relatifs aux chances et aux risques liés à ces produits, veuillez consulter notre page d'accueil www.ubs.com/keyinvest

Ces produits structurés ne font pas partie d'un placement collectif de capitaux au sens de l'art. 7 ss de la Loi fédérale sur les placements collectifs de capitaux (LPCC) et de ce fait ne nécessitent pas une autorisation de l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers (Finma). Les personnes qui investissent dans ces produits ne bénéficient pas de la protection spécifique prévue dans la LPCC. Cette annonce n'est publiée que pour information et ne doit pas être interprétée comme une offre, une recommandation personnelle ou une invitation à réaliser une transaction; elle ne doit pas être considérée comme un conseil d'investissement. Cette annonce ne représente pas un prospectus simplifié au sens de l'art. 5 LPCC ni une annonce de cotation au

sens du règlement de cotation. La documentation du produit déterminante peut être commandée directement, 24 heures sur 24, auprès d'UBS Investment Bank en appelant le N° de tél. 044-239 47 03, fax 044-239 39 14, ou par e-mail swiss-prospectus@ubs.com. Cette émission peut être soumise à des restrictions de vente notamment pour l'Europe, Hong Kong, Singapour, les États-Unis ainsi que pour les citoyens des États-Unis (l'émission est régie par le droit suisse). Avant de s'engager dans des transactions sur des produits structurés, il est recommandé de se faire conseiller par un spécialiste de sa banque principale. Les indications contenues dans la présente annonce sont données sans garantie.



- EN LIGNE EXÉCUTION TEMPS RÉEL
- EN LIGNE EXÉCUTION DIFFÉRÉE
- PAR TÉLÉPHONE
- NÉGOCE RESTREINT

MAIS SWISSQUOTE OFFRE BIEN PLUS ENCORE

- Portail d'information swissquote.ch avec service en temps réel gratuit pour les clients de la banque.
- Outils innovants pour la gestion patrimoniale privée (ePrivate Banking) et/ou l'analyse de titres.
- Compte bancaire en temps réel multi-monnaies, compte dépôts titres, service de paiements en ligne, négoce de papiers-valeurs à prix discount.
- Négoce d'actions en temps réel sur les principales places boursières mondiales (cf. carte).
- Négoce d'options et de futures en direct sur les principaux marchés à terme (Eurex, CME – Chicago Mercantile Exchange, ISE – International Securities Exchange).
- Négoce en temps réel de warrants et autres produits dérivés ou structurés (Scoach, Euwax).
- Fundshop: plus grande plateforme suisse de négoce de fonds de placement (plus de 5500 produits en ligne).
- Négoce d'obligations (plus de 9000 produits).
- eForex (devises et métaux précieux): plus de 60 paires de monnaies disponibles via notre technologie innovante FXBook (spread dès 1,8 pips, levier de 100:1).
- Compte d'épargne innovant.
- Devises: négoce sur devis (spot, terme, swap, options).
- Crédit lombard.
- Dépôts à terme et placements fiduciaires.
- Cartes de crédit (Visa, Mastercard).
- Centre d'appels multilingue ouvert du lundi au vendredi de 08:00 à 22:00
T. 0848 25 88 88
T. +41 44 825 88 88

Une grande offre de warrants donnant accès aux petites et moyennes entreprises suisses



Petites valeurs, grands effets. Avec les warrants, misez sur l'évolution des valeurs de base suisses en bénéficiant d'un effet de levier. Pour cela, db-X markets vous offre une des plus larges palettes de warrants en Suisse, non seulement sur les blue chips suisses, mais aussi sur de nombreuses petites et moyennes capitalisations suisses.

Contact db-X markets

db-X markets, votre accès direct au savoir-faire mondial de la Deutsche Bank en matière d'investissement.

www.dbxmarkets.ch

Hotline: +41 44 227 34 20

E-mail: x-markets.ch@db.com

Passion to Perform



Investir

aisément dans une grande variété d'indices commodities est désormais possible grâce aux nouveaux certificats VONCERT Open End sur indices «JP Morgan Commodity Curve». Ces certificats tracker offrent une solution professionnelle pour un accès efficace

dans les matières premières

Protection du capital	Rendement	Participation	Produits d'investissement avec débiteur de référence	Effet de levier
-----------------------	-----------	---------------	--	-----------------

Une nouvelle génération d'investissements en matières premières

Grâce à une gamme de produits sur la famille d'indices de matières premières développée par «JPMorgan Commodity Curve Indices» (JPMCCI), les investisseurs ont non seulement la possibilité d'accéder à un indice global composé de 36 matières premières, mais aussi de réaliser des placements ciblés dans 4 indices sectoriels (matières premières agricoles, matières premières énergétiques, métaux industriels, métaux précieux), ou dans des indices de matières premières individuelles.

Les VONCERT* sont non seulement disponibles en USD (la devise de l'indice), mais également dans les variantes CHF Quanto ou EUR Quanto afin de se protéger contre le risque de change de l'USD face au CHF ou à l'EUR.

Vue d'ensemble «JPMorgan Commodity Curve Indices» (JPMCCI)

Indice global	Sous-indices			
				
JPMCCI Aggregate Total Return Index	Matières premières agricoles JPMCCI Agriculture Total Return Index	Matières premières énergétiques JPMCCI Energy Total Return Index	Métaux industriels JPMCCI Industrial Metals Total Return Index	Métaux précieux JPMCCI Precious Metals Total Return Index
Indice matières premières				
JPMCCI Coton TRI	JPMCCI Pétrole Brent TRI	JPMCCI Cuivre TRI	JPMCCI Or TRI	
JPMCCI Maïs TRI	JPMCCI Pétrole brut TRI		JPMCCI Argent TRI	
JPMCCI Cacao TRI	JPMCCI Gaz naturel TRI			
JPMCCI Café TRI				
JPMCCI Sucre TRI				
JPMCCI Bié TRI				

Commandez gratuitement la brochure



* Les VONCERT n'offrent aucune protection du capital. Les produits ne bénéficiant pas d'une couverture Quanto sont exposés au risque de change correspondant. Les frais Quanto correspondants sont intégrés dans le prix du certificat.

De plus amples informations, notamment sur les opportunités, les risques et le mécanisme de remboursement du produit sont disponibles sur www.derinet.ch

Avertissement de licence

Les Titres ne sont en aucune manière parrainés, approuvés, vendus ou recommandés par J.P. Morgan Securities Ltd. J.P. Morgan ne fait aucune déclaration et n'émet aucune garantie, expresse ou implicite, vis-à-vis des détenteurs des Titres ou plus généralement du public, quant à l'opportunité d'un investissement dans des titres en général ou dans les Titres en particulier, ou la capacité du JPMorgan Commodity Curve Index à réaliser les objectifs fixés. J.P. Morgan a octroyé une licence à Bank Vontobel AG (le «preneur de licence») pour l'utilisation du JPMorgan Commodity Curve Index en relation avec les Titres. J.P. Morgan n'a aucune responsabilité ni obligation d'aucune sorte en relation avec l'émission, l'administration, la commercialisation ou le négoce des Titres. J.P. Morgan est le nom commercial pour JPMorgan Chase & Co. ainsi que ses sociétés et marques affiliées dans le monde entier.

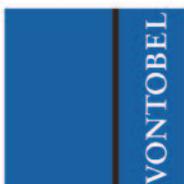
La présente annonce est exclusivement publiée à des fins d'information et n'est expressément pas destinée aux personnes ressortissantes ou résidentes d'un Etat dont la législation en vigueur interdit l'accès à ce type d'information. Cette annonce n'est pas une annonce de cotation, ni un prospectus d'émission au sens des art. 652a et 1156 CO, ni un prospectus simplifié au sens de l'art. 5 al. 2 de la loi fédérale sur les placements collectifs de capitaux (LPCC). Elle ne représente en aucun cas une offre, ni une invitation à faire une offre, ni une recommandation en vue de l'acquisition de produits financiers. La documentation de produit déterminante sur le plan juridique (prospectus de cotation) se compose du terme sheet définitif avec les Final Terms et du programme d'émission enregistré auprès de SIX Swiss Exchange. Ces documents ainsi que la brochure «Risques particuliers dans le commerce de titres» peuvent être obtenus gratuitement à l'adresse www.derinet.ch ou auprès de Banque Vontobel SA, Financial Products, Place de l'Université 6, CH-1205 Genève. Les produits dérivés ne sont pas assimilés à des placements collectifs de capitaux au sens de la LPCC et ne sont donc pas soumis à la surveillance de l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers (FINMA). Les placements dans les produits dérivés sont exposés au risque de défaut de l'émetteur/garant et à d'autres risques spécifiques, sachant que la perte éventuelle est limitée au prix d'achat payé. Avant d'effectuer toute opération sur des produits dérivés, il est recommandé aux investisseurs de lire la documentation relative au produit et de solliciter les conseils compétents de sa banque affiliée. Les indications fournies dans cette annonce sont sans garantie. Nous nous tenons à votre disposition au numéro de téléphone +41 (0)22 809 91 91 pour tout renseignement concernant nos produits. Veuillez noter que toutes les conversations sur cette ligne sont enregistrées. © Bank Vontobel AG. Tous droits réservés. Genève, le 20 octobre 2011

N'hésitez pas à nous contacter

Hotline gratuite 00800 93 00 93 00

Investisseurs institutionnels 022 809 91 91

www.derinet.ch – la plateforme des produits dérivés de la Banque Vontobel



Private Banking
Investment Banking
Asset Management

Performance creates trust

Vontobel Holding AG (S&P A / Moody's A2)
Bank Vontobel AG (S&P A+ / Moody's A1)

Scoters: la preuve par trois

Le monopole de Piaggio sur le marché du scooter à trois roues touche à sa fin. Un vrai concurrent, le Quadro 3D, vient d'arriver en concession.

Par Bertrand Beauté

«Les scooters trois roues sont un véritable succès. Actuellement, ils représentent 50% de nos ventes.» Depuis la commercialisation du MP3 de Piaggio en 2006, Massimo Maodda, directeur du Piaggio Center à Genève, se frotte les mains: les scooters tripodes se vendent comme des petits pains. «La clientèle est séduite par le gain de stabilité qu'apporte la troisième roue, explique Massimo Maodda. Ils séduisent des automobilistes à qui les deux-roues font peur.»

L'engouement des citadins pour cet engin plus sécurisant qu'un scooter classique s'est accéléré en 2008 avec la sortie du modèle LT, pour Large Tread (en français «voie large»), qui offre la possibilité de conduire un trois-roues avec un simple permis auto. Cette nouvelle classification a permis à Piaggio d'écouler 80'000 exemplaires en cinq ans. Un succès sans partage puisque la firme italienne était jusqu'ici sans concurrent sur ce créneau. «Jusqu'ici», parce qu'une nouvelle entreprise, Quadro Technologie, vient désormais perturber ce cavalier seul.



NOTRE PLUS BELLE RÉUSSITE, C'EST LA VÔTRE.



Nous sommes entièrement dédiés à la réussite de vos projets. Avec Barclays Capital, votre banque d'investissement et partenaire privilégié, vous disposez de solutions intégrées de premier ordre. Avec notre approche, vous bénéficiez de prestations de conseil en stratégie, d'un savoir-faire dans la gestion des risques et d'une gamme de produits et services financiers aux moments les plus opportuns. Parce que notre réussite se mesure à la vôtre.

Earn Success Every Day

 **BARCLAYS
CAPITAL**



Marabese Quadro 3D



Piaggio MP3

Inconnue du grand public, cette société italienne commercialise depuis mi-septembre le Quadro 3D, premier scooter à rouler sur les terres du MP3. Un concurrent sérieux? Si l'absence des premiers chiffres de ventes laisse planer le doute, le pedigree du fondateur de Quadro Technologie, Luciano Marabese, laisse penser que le Quadro 3D pourrait bien bousculer l'ordre établi.

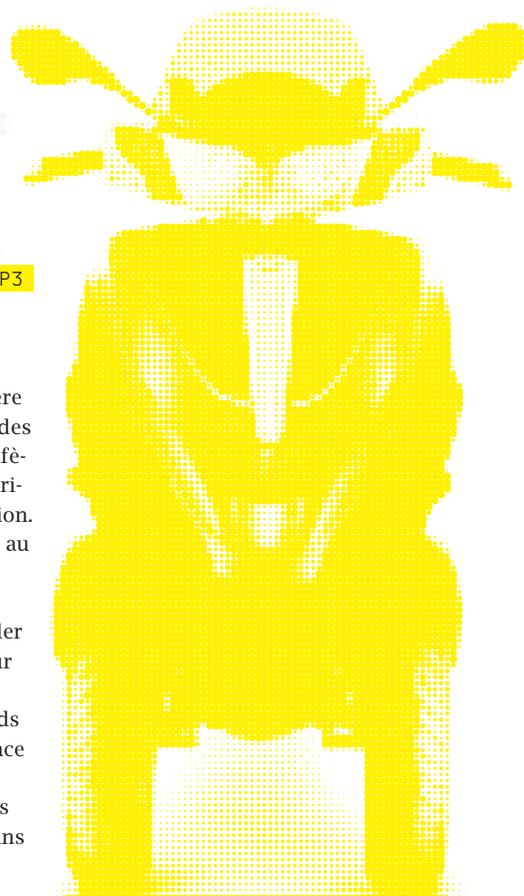
Designer italien de renom, Marabese lance en 1999 l'idée d'un scooter trois roues, via son entreprise Marabese design. En 2004, Piaggio rachète le concept et lance avec succès le MP3. Mais la technologie de train avant sur balancier développée par Piaggio se révèle lourde et complexe, tant en termes de conception que de maintenance. Conscient de ce défaut, Marabese développe pour son Quadro 3D un nouveau système de train avant basculant (plus simple grâce à sa fourche hydropneumatique dotée de trois vérins amortisseurs).

Résultat: «Le Quadro 3D se révèle plus rassurant, plus sportif et plus confortable que les modèles de Piaggio, estime le rédacteur en chef de «Scooter-Station», Mehdi Bermani, après un essai sur route du Quadro 3D. Là où le MP3 plonge pour s'inscrire dans les courbes, le 3D marque une certaine retenue apportant davantage de rigueur. La fourche hydropneumatique fait preuve d'une grande fermeté et d'une très bonne tenue de route. A cela s'ajoute un freinage très rassurant qui convaincra le public visé: des urbains rebutés par les dangers inhérents aux deux-roues.»

Si la carrosserie arrière du 3D s'avère des plus classiques, l'avant arbore des lignes tendues et racées qui lui confèrent une allure sportive. Côté motorisation, en revanche, c'est la déception. Le bloc-moteur de 313 cm³ se situe au niveau du MP3 300ie LT de Piaggio (278 cm³), bien en deçà des performances du MP3 400ie LT - best-seller des scooters trois roues. «Le moteur du 3D est fourni par Aeon, un constructeur de scooters et de quads taïwanais, qui n'est pas une référence en la matière, note Mehdi Bermani. A l'usage, cette mécanique n'est pas déplaisante, mais elle se révèle moins performante et plus bruyante que chez Piaggio.»

Quadro Technologie fait également appel à Aeon pour la transmission du 3D et assurer son assemblage à moindres coûts. Pourtant, le Quadro s'affiche au même prix que le Piaggio MP3 300ie LT (7290 euros contre 7299). «Or à prix comparable, les clients comparent, ironise Mehdi Bermani. Sur le modèle de présérie que j'ai essayé, la finition et les plastiques utilisés étaient de piètre qualité. Les Piaggio sont mieux finis et plus valorisants.

Sachant que la clientèle cible de ces scooters premium est constituée d'automobilistes lassés des embouteillages mais réticents face aux dangers du deux-roues, ces défauts de finitions pourraient limiter les ventes. En effet, ces acheteurs potentiels sont habitués aux standards de qualité affichés par les voitures. Et le 3D en est loin pour l'instant.» ▲



Et demain le quatre-roues!

Après le lancement du Quadro 3D, Quadro Technologie ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. La firme italienne a déjà annoncé la sortie début 2012 du Quadro 4D. La différence avec le 3D? Une roue supplémentaire qui fera de ce modèle le premier scooter quatre-roues commercialisé. L'entreprise estime que ce quadricycle possédera une stabilité accrue et un freinage plus puissant que sur les trois-roues. Bref, un gain de sécurité. Des arguments qui laissent le rédacteur en chef de «Scooter-Station» Mehdi Bermani songeur: «Pour l'instant, je n'y vois qu'un argument marketing. Cela dit, j'attends avec impatience de pouvoir tester les quatre-roues. Peut-être que je serai complètement bluffé.»

Méche. Inventée en 1863 par le Suisse Giovanni Martignoni.



Les inventions suisses sont efficaces: nos certificats Faktor aussi.

Plus d'efficacité pour votre portefeuille: nouveau certificats Faktor avec effet de levier 5.

Utilisez la nouvelle génération de produits levier pour profiter en toute simplicité des évolutions des cours d'un titre. Chaque certificat Faktor a une durée illimitée et, pour référence, un indice calculé par la Commerzbank. Chaque indice repose sur un titre dont le rendement est calculé chaque jour.

Principales caractéristiques des certificats:

- Levier constant
- Mode de fonctionnement simple
- Durée open-end
- Pas de «knock-out»
- Pas d'influence de la volatilité
- Pas de perte de «roll»

Levier	Faktor long (profit à la hausse)		Faktor court (profit à la baisse)	
	3	5 NOUVEAU	3	5 NOUVEAU
Titre	Symbole	Symbole	Symbole	Symbole
ABB	CBLAB	CBLAB5	CBSAB	CBSAB5
Credit Suisse	CBLCR	CBLCS5	CBSCR	CBSCS5
Swiss Re	CBLSR	CBLRE5	CBSSR	CBSRE5
UBS	CBLUB	CBLUB5	CBSUB	CBSUB5
Zürich Versicherung	CBLZU	CBLZU5	CBSZU	CBSZU5

Le présent document ne constitue pas un prospectus simplifié au sens de l'art. 5 LPCC. Ce document ne saurait constituer une recommandation ou un conseil en placement et ne dispense pas d'un conseil professionnel indispensable avant toute décision d'achat, notamment en ce qui concerne les risques y afférents. Les produits structurés ne sont pas assimilés à des placements collectifs de capitaux au sens de la LPCC et ne sont pas soumis à l'autorisation ni au contrôle de la FINMA. Les investisseurs sont exposés au risque de défaillance de l'émetteur/du garant. Seules font foi les conditions du prospectus respectif qui peut être obtenu gratuitement auprès de la Commerzbank AG, succursale de Zurich, Utoquai 55, CH-8034 Zurich ou en format électronique sur www.zertifikate.commerzbank.ch *Veuillez noter que toutes les conversations sur cette ligne sont enregistrées. Nous partons du principe que vous nous donnez votre accord.

Vous trouverez d'autres certificats Faktor et de plus amples informations:
www.zertifikate.commerzbank.ch, 0800 11 77 11* ou derivatives.swiss@commerzbank.com



Achieving more together



ABONNEMENT

6 numéros pour CHF 40.-

S'abonner en ligne à l'adresse www.swissquote.ch/magazine/f/

Jamais à court d'énergie, grâce au solaire portable



CHF 300.-

Les panneaux solaires se multiplient, et plus uniquement sur les toits des bâtiments. Désormais portables ou même intégrés à des sacs, ils permettent d'alimenter son équipement électronique de façon autonome. Revue du matériel disponible sur le marché.

Par Marc Renfer

Au milieu d'un trek dans le désert ou plus simplement en déplacement entre deux rendez-vous d'affaires, la recherche d'une source d'énergie pour recharger son téléphone – ou tout autre appareil – peut se révéler un casse-tête.

Pour remédier à cette situation, des solutions solaires et portables existent. Dans le cas d'une utilisation aventureuse de type camping, rien de tel qu'un panneau solaire portable offrant un rendement élevé. En milieu urbain ou pour de petites randonnées, des sacs à dos et sacoches à l'efficacité énergétique plus faible suffiront à prolonger de quelques heures la durée de vie de batteries capricieuses.



CHF 225.-

Sur le marché des panneaux solaires portables destinés à une utilisation nomade hors-civilisation, une jeune entreprise suisse se démarque. Flexcell, basée à Yverdon, produit une gamme de panneaux solaires souples et enroulables. Le Sunpack ion+ et sa batterie intégrée permet d'assurer une alimentation de qualité une fois le bivouac installé. L'avantage de disposer d'un matériel flexible se retrouve dans la possibilité de l'installer pratiquement n'importe où, et donc de profiter de la meilleure orientation face au soleil. Le Sunpack ion+ se démarque de la concu-

rence car rares sont les équipements complets. En effet, la majorité des panneaux sont vendus «nus», sans être équipés de batterie dite «tampon» emmagasinant l'énergie captée durant la journée et permettant de recharger ses appareils plus tard, même une fois le soleil couché.

A noter que ces batteries tampons deviennent indispensables dès lors que l'emploi d'un ordinateur portable est envisagé. Etant donné la tension élevée exigée, les panneaux solaires nomades ne permettent pas leur recharge directe. Il faut donc impérativement accumuler assez d'énergie afin d'alimenter un notebook par la suite, une utilisation «directe» n'étant pas possible.

Plus simples d'emploi et destinés à une utilisation moins extrême, différents sacs «tout-en-un» sont proposés sur le marché. Equipés de panneaux solaires, de batteries et de divers adaptateurs permettant d'y connecter téléphones, lecteurs MP3 ou appareils photo, ils satisferont les technophiles anxieux à l'idée de se retrouver soudainement à court d'électricité.

La marque spécialisée américaine Voltaic propose ainsi divers sacs solaires de qualité, parmi eux le sac à dos **OffGrid**, qui autorise par exemple la recharge de smartphones, dont l'autonomie est encore souvent trop limitée, même en utilisation quotidienne et citadine. Plus puissant, le **Generator Solar Laptop Charger** prend la forme d'une classique sacoche pour notebook. Cette version solaire permet d'y connecter directement son ordinateur portable, sans passer par la case prise électrique. Plus spécifique, le **Spark** est une housse compacte dédiée principalement à l'iPad, qui autorise cependant également la connexion d'un iPhone ou d'un iPod.

Désireuse de pénétrer ce marché d'avenir, la marque d'habits Ralph Lauren a également décidé de commercialiser un sac à dos solaire, le **RLX**, au style unique et disponible en deux coloris.

Concernant la question clé du temps de recharge de ces différentes solutions, il est estimé à un peu plus d'une heure pour un téléphone portable dans des conditions d'ensoleillement optimales à l'aide d'un panneau solaire portable, et entre quatre et cinq heures avec un sac tel que le OffGrid. Si ces résultats restent encore éloignés du confort d'une prise murale, ils sont le prix à payer pour connaître la satisfaction et la tranquillité de se déplacer avec sa propre source d'énergie autonome, qui plus est, verte. ▲



CHF 405.-



CHF 270.-



CHF 720.-

La haute-fidélité retrouvée

La standardisation du format MP3 a nivelé par le bas la qualité du son. Des systèmes alternatifs, les serveurs musicaux, permettent de renouer avec la haute qualité.

Par Didier Bonvin



La course à la miniaturisation et à l'ultra-portabilité ont poussé l'industrie musicale à populariser en masse le format MP3. Pratique pour la diffusion, car peu gourmande en mémoire, la compression du son est toutefois une aberration pour les audiophiles.

«On peut avoir les meilleurs haut-parleurs au monde, avec du MP3 ça ne sert à rien! C'est la qualité de la source qui est importante. Un haut-parleur ne fera que reproduire cette source. Et si elle est mauvaise, le son sera mauvais», explique Olivier Maget, directeur d'Audio Concept à Lausanne. Face à cette évidence, un nouveau marché - de niche pour l'instant - s'est développé, celui des serveurs musicaux, qui permettent la sauvegarde de CD audio en haute qualité. Ces appareils, à l'aspect d'un lecteur CD sophistiqué, renferment une technologie de pointe pour restituer le meilleur de la musique avec le moins de perte possible.



OLIVE 06HD

Design et high-tech

Très séduisant par son design, ce serveur de très haute qualité donne envie d'en faire un objet d'exposition. Son interface tactile, un écran de plus de 10 pouces, se révèle facile à utiliser et fonctionnelle. Il est même possible de piloter l'ensemble à distance

via un iPad ou un smartphone. L'épais disque dur de 2 Teras peut contenir l'équivalent de 6000 CD, autant dire une solide collection d'audiophile.

La lecture se fait dans un silence total grâce à un système de refroidissement

passif (sans ventilateur). Son mécanisme de haute-fidélité permet non seulement de lire et numériser des CD, mais aussi d'en graver au format non compressé WAV.

Olive 06HD
CHF 6490.-



NAIM HDX

La référence

Naim est la marque de référence pour les audiophiles exigeants, avec dans sa gamme parmi les meilleurs lecteurs CD au monde. Le produit phare de la marque est désormais le serveur audio. Equipé d'un disque dur d'un téra, soit 1000 Gb, il peut contenir l'équivalent de 1200 CD.

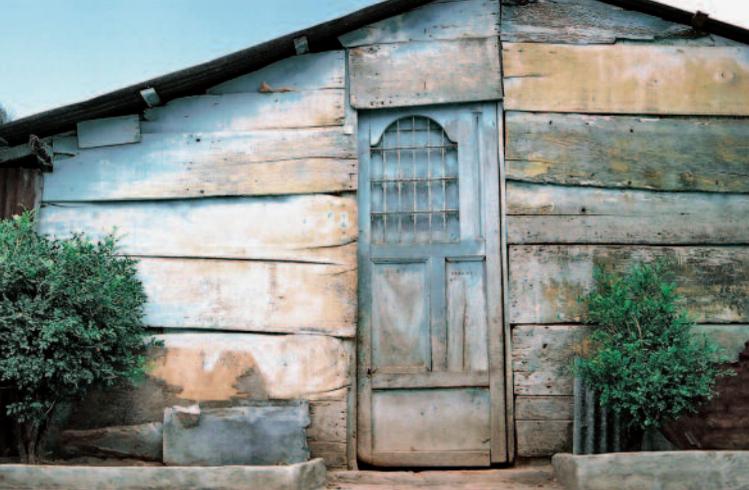
A la pointe de la technologie le Naim HDX existe désormais en version SSD (Solid State Drive), un nouveau système de stockage connu pour sa durée de vie (pas de mouvement physique comme sur un disque dur) et sa rapidité d'accès. Cette version SSD dispose d'une capacité de 16 Gb.

Naim HDX
CHF 7650.-

Tous les serveurs musicaux fonctionnent selon un principe plus ou moins similaire. Une fois un CD audio inséré, il sera lu et numérisé dans un format non compressé et sans perte de qualité, contrairement au MP3 qui réduit le spectre musical et écrase le son. Une connexion internet permet de retrouver les détails du CD: pochette, titres des morceaux, etc. Certains serveurs musicaux lisent même le CD quatre fois et à quatre vitesses différentes pour minimiser les pertes et être le plus proche possible de la qualité studio originale.

Avec un serveur musical, un équipement audio haut de gamme pourra donner tout son potentiel. Il s'agit à ce jour de la meilleure solution pour un public audiophile exigeant, mais voulant tout de même jouir d'un stockage numérique.

Dans le domaine, deux marques se sont imposées auprès des connaisseurs: Naim et Olive. Naim est notamment réputé pour la qualité de ses amplis et préamplis. Ses serveurs musicaux sont à l'image de l'ensemble de la gamme: sobres, fonctionnels et professionnels. Les modèles Olive jouent dans un registre plus design et «show off», arborant des couleurs éclatantes et un large écran tactile. L'une et l'autre solution restent encore coûteuses (voir les encadrés ci-contre), mais la qualité optimale est à ce prix. ▲



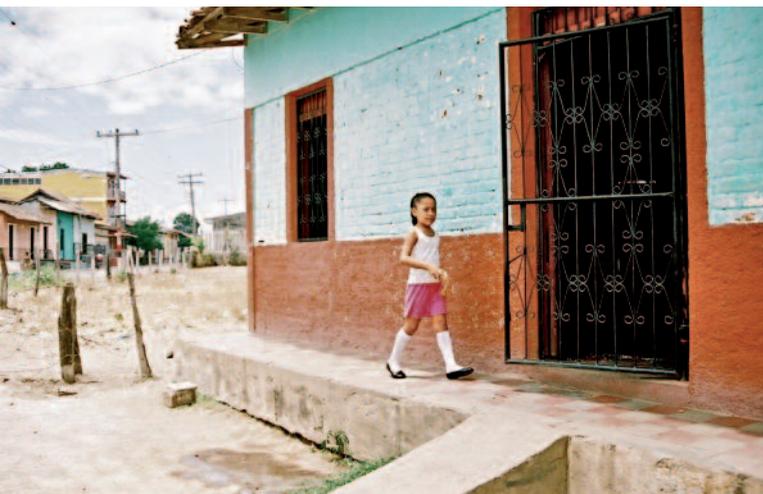


ELDINE FAITH

AU PARADIS DE LA RÉVOLUTION

Le Nicaragua a accueilli en 2010 plus d'un million de touristes curieux de découvrir ce magnifique et méconnu berceau de la révolution sandiniste. Dépaysement garanti dans le plus grand pays d'Amérique centrale.

Par Jean-Cosme DeLaloye





Le volcan Telica, toujours en activité, est accessible aux randonneurs.



La cathédrale de Granada.

C'est Noël toute l'année à Managua. De gigantesques sapins de métal couverts de guirlandes multicolores se dressent au cœur des ronds-points de la capitale du Nicaragua. Ils rappellent aux habitants de la ville les «cadeaux» de la révolution sandiniste, comme les qualifie en riant une habitante de Managua. Le week-end, des militants socialistes se regroupent au pied de ces sapins pour scander des slogans à la gloire du président Daniel Ortega, sous le regard souvent amusé de leurs concitoyens.

a toujours son lot de problèmes, mais au moins la population ne souffre pas de l'insécurité et des maras, les gangs armés qui sévissent notamment chez le voisin du nord, le Honduras. Et la nature y est aussi luxuriante et diversifiée qu'au Costa Rica. Avec un atout certain pour les voyageurs: le coût de la vie y est très bas. On peut y manger pour 1 franc et louer pour une bouchée de pain une maison dans des endroits de rêve comme Playa Jiquilillo, sur la côte pacifique au nord-ouest du pays.

On se sent bien au Nicaragua. Malgré son air de slogan touristique éculé, l'affirmation colle parfaitement à ce que l'on peut éprouver lorsque l'on part à la rencontre des chaleureux habitants. Dans l'arrière-pays, il est fréquent de voir d'anciens guérilleros travailler et cohabiter en harmonie avec les hommes qu'ils ont combattus pendant la guerre civile. Il vaut la peine d'écouter les «anciens» raconter la mort en 1934 d'Augusto Sandino, le leader de la rébellion nicaraguayenne

La nature y est aussi luxuriante et diversifiée qu'au Costa Rica

Le parc Loma de Tiscapa, sur l'arrête de la splendide lagune de Tiscapa, surplombe la capitale. C'est l'endroit idéal pour admirer la révolution sandiniste encore en marche dans l'agglomération de 1,8 million d'habitants située sur les rives du lac Managua.

Les sapins illuminés chaque soir sont probablement les reliques les plus visibles du passé trouble du plus grand pays d'Amérique centrale. Le Nicaragua a tourné la page sanglante de la guerre civile qui l'a déchiré dans les années 1970 et 1980. Le pays, très pauvre,



contre l'occupation militaire américaine. Les Nicaraguayens ont aussi de nombreuses histoires et anecdotes sur la dictature des Somoza (qui dura de 1936 à 1979!), sur la révolution, la guerre civile et sur la victoire électorale en 2007 de Daniel Ortega, le garant de la révolution sandiniste.

Au cœur de Managua, un quartier entier de petites maisons préfabriquées, toutes identiques et surmontées des drapeaux rouge et noir du Front sandiniste de libération nationale, le parti de Daniel Ortega, rappelle les idéaux socialistes du mouvement au pouvoir. Les ruines de la cathédrale, à quelques centaines de mètres de là, sont quant à elles le souvenir du terrible tremblement de terre du 23 décembre 1972, qui avait fait 11'000 morts à Managua. La capitale ne reste toutefois – et souvent à tort – qu'un lieu de transit sur la route de cités plus cotées comme León ou Grenade (Granada).

Grenade représente en effet un passage obligé pour tout voyageur au Nicaragua. Fondée en 1524 par l'Espagnol Francisco Fernandez de Cordoba, c'est l'une des villes les plus anciennes des Amériques. Elle se situe à une dizaine de kilomètres du majestueux volcan Mombacho, qui s'élève des rives du Lac Nicaragua et culmine à 1344 m d'altitude. Le volcan en activité et sa forêt tropicale sont un lieu de randonnée mémorable.

Parmi la légion de coins de pays paradisiaques, la péninsule d'Asese, la splendide île d'Ometepe et ses deux volcans sur le gigantesque lac Nicaragua, les plages encore sauvages de Tola sur le Pacifique, valent à elles seules le voyage.

Beaucoup plus difficile d'accès, la côte qui borde la mer des Caraïbes recèle son lot de beautés, de légendes et de mystères. Bluefields, la principale ville de cette région, n'est atteignable que par bateau depuis El Rama. Le service le plus rapide sur le Rio Escondido dure 1h30. Le principal intérêt de Bluefields est d'être une escale vers les merveilles que sont Pearl Lagoon

CONSEILS PRATIQUES

Transport:

Le vol Genève-Managua coûte environ 1300 francs, toutes taxes comprises. Sur place, la vie se révèle très bon marché. Le moyen de transport privilégié des Nicaraguayens est le bus (le trajet entre Managua et Grenada coûte 1 franc à peine). Les bus sont néanmoins souvent bondés et il faut faire attention aux voleurs.

Un bon moyen de découvrir le Nicaragua consiste à louer une voiture. Il est conseillé de choisir un 4x4. Pour dix jours, la location oscille entre 250 francs pour une petite voiture et 450 francs pour un 4x4. A noter que pour le voyageur, Managua peut paraître déroutante. Les rues n'y ont pas de nom et les chauffeurs de taxi travaillent sur la base de points de repères.

Hébergement:

Le prix d'une nuit dans un hôtel confortable à Managua varie entre 15 et 40 francs par personne. La location d'une maison coûte entre 400 et 1500 francs par semaine selon l'endroit et la catégorie. Le site internet vrbo.com propose de nombreuses maisons à louer.

Visa:

Aucun visa n'est nécessaire pour se rendre au Nicaragua. Tout voyageur arrivant à l'aéroport de Managua doit s'acquitter d'une taxe touristique de 10 dollars.

Saison:

La meilleure période pour se rendre au Nicaragua s'étale de novembre à mai. La saison des pluies commence dans le courant du mois de mai. Lors de la semaine sainte précédant Pâques, les prix ont tendance à augmenter car de nombreux Nicaraguayens se rendent à la plage.



La plage de Maderas, appréciée des surfeurs.

(à 2 heures de bateau) et les îles du Mais (à 6 heures de bateau, en pleine mer).

Le secret pour profiter du Nicaragua est d'avoir du temps. Car l'un des plus grands plaisirs est de s'aventurer sur les (nombreuses) routes de terre défoncées qui sillonnent le pays, et qui constituent souvent le seul moyen d'accéder à des paysages à couper le souffle, comme l'arrière-pays de Rio Blanco. Ou comme le Rio San Juan,

le fleuve qui sépare le Nicaragua et le Costa Rica, bordé d'une forêt vierge sur sa rive gauche et où le temps semble se dilater.

Que l'on se retrouve au cœur de la forêt tropicale, dans le vétuste stade de rodéo de la ville rurale de Muy Muy, ou sur un cheval à flanc de volcan, la révolution sandiniste, qui paraissait déjà confinée à Managua, devient totalement imperceptible dans ce paradis sauvage. ▲

BOUTIQUE



Lunettes 3D siglées

Adieu les binocles en carton aux verres bicolores. On va enfin pouvoir visionner des films en relief sans risquer de perdre toute crédibilité: Gucci, la marque du luxe à l'italienne, lance ses propres lunettes 3D. Un modèle à l'esprit aviator ultra stylé. Car, même dans les salles obscures, pas question de sacrifier son allure.

www.gucci.com

185.-

En avant la musique!

Grâce au Soundwagon, platine vinyle portative au look de joujou rétro, on ressort ses vieux 33 tours de Jimmy Hendricks et on embarque pour un voyage dans les 70's. Il suffit de poser le combi Volkswagen miniature sur le disque et hop, la musique se met en route. Un vrai jeu d'enfant.

www.templeofdeejays.com

105.-



Verres à l'envers

Aussi à l'aise à l'endroit qu'à l'envers, les ovnis griffés Saint-Louis et créés par le styliste et designer parisien José Levy se composent de vestiges de verres anciens de la cristallerie française. Tour à tour bougeoirs, vases ou vide-poches. Un recyclage aussi glamour que ludique.

www.saint-louis.com

415.- la pièce

L'expresso écolo

Fabriquée en aluminium recyclable, la cafetière Presso fonctionne manuellement, avec du café à moudre, sans capsules ni dosettes jetables, le tout en arborant un look ultra design. Plus besoin d'électricité, on se concocte un expresso comme on l'aime, à la seule force du poignet.

www.presso.co.uk

179.-





Des baskets éthiques et chics

«Choose, act, check» est le slogan du programme soutenu par la marque bruxelloise Jojo. Pour chaque paire de baskets achetée, une partie des bénéfices est reversée à deux ONG actives en Afrique. Reboisement ou accès à l'eau potable, la couleur de la cause élue par l'acheteur s'affiche sur le talon de la basket. Un site internet permet de suivre l'avancement du projet.

shop.jojoproject.com

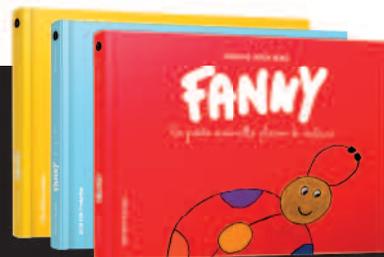
93.-

Fanny, pour les tous petits

Pour les enfants de 2 à 5 ans – une fois n'est pas coutume – voici une collection de trois petits livres narrant les aventures drôles et colorées d'une cocci-nelle prénommée Fanny. Des his-toires pleines de poésie en vente à la Coop et dans les boutiques de la Poste, ainsi que sur le site de l'éditeur Goodheidiproduction, qui édite également la série des livres «So Sweet Zerland».

www.goodheidiproduction.ch

14.90



Pédaler branché

Ringards les vélos d'appartement? Le designer italien Luca Schieppati réinvente la roue avec le Ciclotte. L'appareil au look futuriste casse les codes esthétiques des équipements de fitness traditionnels en alliant style et technicité. Un must qui donne envie de se remettre au sport.

www.ciclotte.com

10'800.-



Plein la vue

«Snow Summit Ski», c'est le nom de ce masque original qui intègre une caméra vidéo pour photographier ou filmer ses exploits de glisse en haute définition. Les plus? Un déclencheur aisément accessible les mains gantées ainsi qu'une visière de rechange spécial brouillard.

www.liquidimageco.com

295.-

Dans chaque numéro de Swissquote Magazine, un créateur raconte comment lui viennent ses idées. Après l'écrivain Matthias Zschokke et le chanteur William White, place à Roger Diener, architecte.

«Je n'ai pas besoin de calme pour réfléchir.»

Par Roger Diener

«J'aime penser l'architecture comme une discipline autonome. Mes idées, mon inspiration sont donc essentiellement internes à la discipline. L'influence de l'art se fait plutôt ressentir lors de collaborations avec des artistes, à l'exemple de la rénovation et extension de l'ambassade de Suisse à Berlin, réalisée avec le peintre Helmut Federle.

Mon bureau entièrement blanc n'est orné que d'une toile de cet artiste. Je n'ai pas pour autant besoin de calme pour réfléchir. J'aime écrire les textes des concours dans la grande salle de dessin que tout le monde traverse. Il me semble plus facile de se concentrer dans l'agitation.

Nos idées se développent surtout au fil d'un dialogue auquel participe toute l'équipe, jusqu'aux étudiants stagiaires. Chacun amène ses propositions. Le projet prend forme au fil de cette discussion. Il n'importe plus au final de savoir qui a apporté la première idée, car elle est retravaillée jusqu'à ce qu'un concept apparaisse comme irrévocable.

Au fil du processus de conception, il arrive que l'on se trompe. On hésite sur la qualité des espaces intérieurs et, en réalité, le problème concerne l'intégration du bâtiment dans la ville. Quand nous avons inauguré le premier bâtiment de l'Université de Malmö, le ministre de l'éducation suédois m'a dit que ce devait être un sentiment extraordinaire de voir un projet achevé. Je lui ai rétorqué que je souffrais terriblement parce que je n'étais pas certain que ce soit une réussite. Mais il faut savoir se détacher d'un projet et laisser aux autres le soin de l'apprécier. Un bâtiment doit se justifier par lui-même, sans explication de l'architecte.



Constructeur de logements sobres et élégants, habile et délicat rénovateur de l'ambassade de Suisse à Berlin ou du Musée d'histoire naturelle de la capitale allemande, Roger Diener (61 ans) est l'un des plus brillants architectes suisses. Il a hérité de son père Marcus (1918-1999) le bureau Diener et Diener à Bâle qui achève à Drancy, en banlieue parisienne, la construction d'un mémorial en hommage aux juifs déportés.

Je remarque que les projets les plus importants à mes yeux, en termes d'innovation, ne sont pas forcément ceux qui ont été construits. Toutefois, les expérimentations nous servent pour les projets suivants. A chaque fois, nous cherchons à être créatifs sans perdre nos acquis.

J'aime cet effet de jeu de dominos, de reprise d'un élément que l'on combine à quelque chose de nouveau. C'est un mode de travail qui se prête très bien à la ville européenne, où il s'agit d'ajouter des éléments nouveaux dans un patrimoine construit. Cet amalgame d'acquis et de créativité se retrouve aussi dans les fréquentes rénovations et extensions de bâtiments que nous avons réalisées.» ▲

ULTIME DISCRÉTION



PIAGET ALTIPLANO

La montre automatique la plus plate du monde

Boîtier en or blanc, 5,25 mm d'épaisseur

Le mouvement automatique le plus plat du monde

Calibre Manufacture Piaget, 2,35 mm d'épaisseur

PIAGET

www.piaget-altiplano.com



Boutique PIAGET : Genève - 40, rue du Rhône

ePRIVATE BANKING

Votre manière à vous de réussir.

Vous avez le droit de choisir vous-même la manière d'investir vos biens. Swissquote vous propose une nouvelle manière d'investir votre argent avec l'ePrivate Banking. Vous n'êtes qu'à un clic du succès. Le vôtre. www.swissquote.ch

