

SWISSQUOTE

ePRIVATE BANKING MAGAZINE

N°1

100 PAGES DE
CONSEILS POUR
INVESTIR

CLEANTECH

L'ÉCONOMIE PASSE AU VERT

- UN SECTEUR QUI DÉCOLLE
- LES ENTREPRISES GAGNANTES
- LA SUISSE SE PROFILE

.....BURBERRY.....FACEBOOK.....KUONI.....MEYER BURGER.....

.....NOKIA.....OERLIKON SOLAR.....SIKA.....



Les avantages de l'aluminium et du carbone se passent de commentaires.

La nouvelle Audi R8 Spyder avec technologie Audi Space Frame.



Audi Swiss Service Package+

Réparation 3 ans ou 100 000 km

Service 10 ans ou 100 000 km

Au premier terme échu



Audi
L'avance par la technologie



152 grammes. Des tonnes de tradition.



IWC
SCHAFFHAUSEN
SINCE 1868

«Information confirmée.»



Grande Ingenieur Chronographe. Réf. 3784: heureusement que ce chronographe de manufacture IWC ne s'est pas alourdi du poids de notre expérience. Le système de remontage automatique à doubles cliquets, l'affichage «montre dans la montre» et la fonction flyback sont le résultat de dizaines d'années de tradition horlogère. Un héritage de taille que l'on porte cependant volontiers avec soi. **IWC. Conçue pour les hommes.**

Mouvement de chronographe mécanique de manufacture IWC (illustration) | Fonction flyback | Remontage automatique IWC à doubles cliquets | Indication de la date | Verre saphir antireflet | Fond en verre saphir | Étanche 12 bar | Acier fin



Navigateur

Je suis comme vous, je me méfie des tendances. Je préfère gérer mon patrimoine selon les informations que je récolte moi-même, selon mes préférences culturelles, voire mes intuitions plutôt que de me laisser influencer par les effets de mode. Chez Swissquote, c'est devenu une culture d'entreprise: nous n'hésitons pas à travailler à contre-courant, à casser les habitudes. Il faut ce genre d'audace pour développer une banque d'un nouveau genre dans un pays qui en compte déjà tant, et depuis si longtemps...

Vous tenez dans les mains un autre exemple de notre approche anticyclique: le premier numéro de *Swissquote Magazine*. A l'heure où les éditeurs s'interrogent sur l'avenir de la presse, alors que les journaux sont à la peine et le marché publicitaire en chute libre, nous choisissons, en tant que pionnier de l'information financière en ligne, de lancer un nouveau titre sur papier. L'idée peut paraître bizarre.

Il n'y a pourtant dans cette démarche aucune provocation, mais un simple constat: les Suisses sont de plus en plus avides d'informations économiques. Plus d'un million de citoyens possèdent des actions. Notre magazine veut les aider à comprendre les rouages qui mènent à la création de valeur. Il est conçu comme un outil de navigation dans l'océan souvent agité de l'actualité économique.

La crise de 2009 a démontré que les professionnels de la finance ne sont pas toujours les navigateurs les plus avisés. Alors autant se mettre directement à la barre! Encore faut-il s'équiper correctement, en réunissant des informations qui ont du sens, en écoutant les analystes qui ont fait leurs preuves et en étudiant les modèles industriels les plus efficaces.

Par le biais d'enquêtes et d'articles de fond, *Swissquote Magazine* veut vous aider à décoder l'évolution économique à l'échelle mondiale, avec un zoom spécifique sur le marché suisse. Dans chaque édition (il y en aura 6 par année pour commencer), il donne la parole à des spécialistes et des chefs d'entreprise. Il présente les stratégies économiques et les innovations technologiques sans céder à l'illusion du court terme. Son rythme de parution bimestrielle lui permet de prendre de la hauteur par rapport aux soubresauts de l'actualité. Et de vous transformer ainsi en un navigateur capable de maintenir le cap, malgré les avis de tempêtes.

Ainsi, nous consacrons le dossier de ce premier numéro au secteur particulièrement prometteur des technologies propres (Cleantech). Pendant longtemps, les investissements que l'on baptisait «socialement responsables» ont peut-être connu un certain succès d'estime, mais ils offraient des rendements décevants. Le monde a changé, et beaucoup de sociétés très innovantes s'activent désormais sur ce créneau, avec des potentiels importants de retour sur investissement. C'est donc le moment de se pencher sur ce sujet (lire en page 42).

Nous nous réjouissons de vous compter parmi nos lecteurs, et nous vous souhaitons bonne lecture,



Marc Bürki,
directeur 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-Gevery
1201 Genève
Suisse
T. +41 22 919 19 19
info@LargeNetwork.com
www.LargeNetwork.com

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

Coordination
Fabienne Bogadi

Rédaction

Bertrand Beauté
Martine Brocard
Ludovic Chappex
Melinda Marchese
Marie Maurisse
Sylvain Menétrey
Anne-Christine Mota
Geneviève Ruiz
Daniel Saraga
Martin Stutz/Infel
Andreas Turner/Infel

Traduction

Régine Finck
Dorothee Hofer
Michaela Mastroianni
Robert Schnieper

Design

Jérémie Mercier

Mise en page

Jérémie Mercier
Sandro Bacco
Diana Bogisch

Couverture

Peter Pauli,
CEO de Meyer Burger
Photo: Thierry Parel

Photographies

Jason Alden
Ian Berry/Magnum
Jesse Frohman
Raphael Hefti
Axel Heimken
Alban Kakulya/Strates
Fred Merz/Rezo
Thierry Parel
Martin Parr/Magnum

Publicité

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

**Abonnement à
Swissquote Magazine**
CHF 40.- pour 6 numéros
www.swissquote.ch/magazine/f/

INTERVIEW

ERNST BÄRTSCHI,
CEO DE SIKA

RÉSEAUX SOCIAUX



GLOBE



BURBERRY

SOMMAIRE

- | | |
|---|---|
| <p>3. ÉDITORIAL
par Marc Bürki</p> <p>6. HIER, DEMAIN</p> <p>8. GLOBE</p> <p>18. LOSERS & WINNERS
Les gagnants et les perdants
du marché suisse.</p> <p>22. L'IMMENSE POTENTIEL
DE SIKA
Ernst Bärtschi ambitionne
un doublement du chiffre
d'affaires du géant suisse.</p> <p>28. LES MEILLEURS
PLACEMENTS DE 2010
Les analyses, les conseils
et les perspectives des
professionnels.</p> | <p>34. THE ART OF TRENCH
Burberry amplifie sa
notoriété sur internet.</p> <p>38. DÉVELOPPER LES AFFAIRES
SUR FACEBOOK
Comment les entreprises
utilisent intelligemment
les réseaux sociaux.</p> <p>42. DOSSIER CLEANTECH
L'économie passe au vert</p> <p>44. L'essor annoncé
des cleantech.</p> <p>46. Eolien et solaire,
de réelles perspectives.</p> <p>49. Meyer Burger, le Suisse
bientôt leader mondial.</p> |
|---|---|

DOSSIER CLEANTECH L'ÉCONOMIE PASSE AU VERT



PETER PAULI,
CEO DE MEYER BURGER



KUONI INVESTIT EN CHINE



LES JEUX
VIDÉO
REPRENNENT
DES COULEURS

DR. ARTOTHEFRENCH.COM, BJAGLIN, THIERRY PAFEL, RENATO, EA

56. **LES AMBITIONS CHINOISES DE KUONI**
Le CEO Peter Rothwell dévoile sa stratégie.

62. **NOKIA**
Le géant finlandais riposte.

66. **JEUX VIDÉO**
Le marché des consoles souffre plus que celui des jeux.

70. **CES ÉMOTIONS QUI GOUVERNENT LES MARCHÉS**
Tenir compte des composantes irrationnelles de la finance.

75. **SWISSQUOTE**
Les nouveaux produits et services de la banque en ligne.

84. **VOYAGE**
Echappée belle dans les archipels des mers du Sud.

88. **AUTOMOBILE**
Le luxe responsable des modèles hybrides.

96. **DERNIER MOT**
Comment les idées viennent au célèbre designer Yves Behar.

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 les actions. Pour télécharger l'application compatible avec votre téléphone:
www.swissquote.ch/magazine/code/f/

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

SWISS RE CÈDE UN
PORTEFEUILLE À WARREN BUFFET

Le réassureur helvétique Swiss Re a vendu pour 1,3 milliard de francs un portefeuille d'assurance vie au groupe Berkshire Hathaway du milliardaire Warren Buffet. Pour le réassureur, qui demeure l'administrateur de ce portefeuille, cette opération permettra de libérer du capital qu'il pourra déployer dans d'autres secteurs.

📈 RUKN, BRK.A

SONOVA ÉLARGIT SES ACTIVITÉS

Le groupe d'appareils auditifs zurichois Sonova a racheté la société américaine Insound Medical, pour 75 millions de dollars. Cette petite société californienne compte une centaine d'employés et dégage un chiffre d'affaires annuel de 5 millions de dollars. Elle a développé un implant moultant, jetable, invisible, qui se place au fond de l'oreille près du tympan. Elle a déjà conquis plus de 30000 clients aux Etats-Unis.

📈 SOON

CLARIANT NE RETROUVE
PAS SON CALME

Le groupe de spécialités chimiques bâlois vient de sortir d'une année de turbulences. La restructuration a été sévère, avec 3200 postes supprimés et cinq ateliers fermés en 2009. Mais cela ne devrait pas suffire: diverses installations sont en train de cesser leurs activités parce que la pression des coûts sur le marché de la chimie, encombré par ses surcapacités, ne devrait pas se relâcher. Les observateurs s'attendent à la suppression de 2000 postes supplémentaires.

📈 CLN

NESTLÉ MANGE LES PIZZAS
SURGELÉES DE KRAFT

Nestlé a racheté les activités de pizzas surgelées de Kraft aux Etats-Unis et au Canada, pour 3,7 milliards de dollars. La transaction porte sur les marques Di Giorno, Tombstone, California Pizza Kitchen, Jack's et Delissio. Avec des ventes estimées à 2,1 milliards de dollars en 2009, Kraft est le leader de la pizza surgelée aux Etats-Unis et a enregistré une croissance à deux chiffres sur le continent nord-américain au cours des quatre dernières années.

📈 NESN, KFT

VALSE DES PATRONS

Plusieurs patrons de grands groupes helvétiques ont tiré leur révérence en 2009. Si quelques-uns avaient préparé leur départ, d'autres ont quitté leur poste de façon brusque ou sous la pression après des résultats décevants. A l'instar de Jacques Aigrain suite aux mauvais résultats de Swiss Re, Werner Karlen trois mois après avoir été nommé directeur général d'Implenia, Dieter Scheiff d'Adecco ou Martin Hellweg de Swissmetal (SMET), contre qui les ouvriers de la Boillat s'étaient révoltés.

📈 RUKN, IMPN, ADEN

CREDIT SUISSE, MEILLEURE
BANQUE DE LA PLANÈTE

En 2009, Credit Suisse a été désignée meilleure banque de la planète par le magazine *The Economist*. Le Credit Suisse a gagné du terrain dans le secteur de la gestion de fortune. Classé ex aequo avec la banque JP Morgan Chase, Credit Suisse a bien fait des erreurs mais a réussi à redresser rapidement son bilan et a développé une stratégie crédible dans la banque d'investissement. Selon cette étude, les banques ont été jugées sur la base de critères bien précis: indépendance par rapport au gouvernement, évolution du cours de leurs actions, amortissements et pertes. L'hebdomadaire a encore salué son indépendance vis-à-vis de l'Etat, puisqu'elle n'a pas eu besoin de financement public.

📈 CSGN



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

**UBS VOIT SES BONUS
À NOUVEAU FREINÉS**

L'autorité suisse de surveillance des marchés financiers Finma permettra à UBS de ne verser que trois milliards de francs de bonus, au lieu des 3,9 milliards prévus. Les 3 à 4 milliards de francs de perte envisagées pour 2009 plaident pour une certaine retenue de la part du géant bancaire. Ces montants devraient être versés en mars.

📈 UBSN

**MARC ALEXANDER HAYEK,
SUCCESSION DÉSIGNÉ**

Marc Alexander Hayek est un peu moins connu du grand public que Nicolas ou Nick. Mais cela ne devrait pas durer. Selon le quotidien l'Agefi, c'est en effet à lui, le neveu de Nick et petit-fils de Nicolas, né en 1971, que la direction générale du numéro un mondial de l'horlogerie semble promise. Suite au divorce de ses parents, Marc Alexander a repris très jeune le nom de sa mère, Nayla Hayek. L'actuel CEO et président de Blancpain se préparerait ainsi à la fonction suprême.

📈 UHRN

ABB À LONDRES

ABB a obtenu de Londres une commande pour un montant de 70 millions de dollars. La société publique de transports de proximité Transport of London a attribué à ABB la construction d'une nouvelle station d'aiguillage. La station sera construite à proximité d'Edgware Road. ABB devrait avoir achevé les travaux en 2012.

📈 ABBN

**STRAUMANN SE CHERCHE
UN NOUVEAU SOUFFLE**

Le fabricant d'implants dentaires Straumann aimerait se positionner en tant que fournisseur de solutions intégrales. En procédant à deux rachats, l'entreprise s'aventure sur le terrain voisin de la médecine dentaire régénérative. A moyen terme, son portefeuille de produits devrait fortement changer. Seul 72% de celui-ci devrait concerner les implants dentaires, alors que 12% concerneront les produits de restauration dentaire, et 6% les solutions régénératives.

📈 STMN

NOVARTIS INVESTIT EN CHINE

Novartis va investir un milliard de dollars sur les cinq prochaines années dans la recherche et le développement en Chine. Le programme de développement comprend notamment «l'expansion significative» de l'Institut de recherche Biomédical (CNIBR) à Shanghai qui deviendra le troisième plus grand centre de ce type de Novartis dans le monde. Le centre, spécialisé dans la recherche de nouveaux médicaments, devrait passer à terme de 160 à 1000 collaborateurs. La Chine a prévu d'investir quelque 124 milliards de dollars en trois ans pour consolider les services médicaux du pays.

📈 NOVN

JP MORGAN DÉSIGNE SES FAVORIS

Selon l'institut bancaire américain, les actions cotées sur les marchés européens gagneront jusqu'à 20% en 2010. Comme chaque année, JP Morgan a établi une liste des meilleurs titres, et des moins prometteurs. Parmi ses favoris suisses, on trouve Roche, Swiss Re et Syngenta. A éviter, en revanche, les titres de Barry Callebaut, Clariant et Panalpina.

📈 ROG, RUKN, SYNN, BARN, CLN, PWTN

**LOGITECH MISE SUR
LA VIDÉOCONFÉRENCE**

En reprenant le spécialiste de la vidéoconférence Life Size, le groupe Logitech, fondé par le Neuchâtelois Daniel Borel, voit s'ouvrir devant lui un champ d'activité en plein essor. Le marché de la vidéoconférence a atteint en 2009 un volume de 2,1 milliards de dollars. En 2012, il devrait même se monter à 3,6 milliards de dollars.

📈 LOGN

GLOBE



1. HEINEKEN À LA CONQUÊTE DU MEXIQUE



Le brasseur néerlandais Heineken a racheté les activités de brasserie du groupe mexicain de boissons Fomento Economico Mexicano SA (FEMSA) pour un montant total de 5,3 milliards d'euros. Le groupe néerlandais veut ainsi créer une nouvelle plate-forme importante de croissance.

HEIA

2. ÉTATS-UNIS: L'ORÉAL À L'ASSAUT DES COIFFEURS AMÉRICAINS

L'Oréal, numéro un mondial des cosmétiques, dont Nestlé est un actionnaire majeur, a acquis les sociétés américaines Maly's Midwest et Marshall Salon Services, qui fournissent des produits pour salons de coiffure dans le centre des Etats-Unis. Le montant de l'achat de ces deux sociétés, dont le chiffre d'affaires global a été d'environ 130 millions de dollars en 2009, n'a pas été rendu public. Maly's Midwest et Marshall Salon Services fournissent plus de 40'000 salons de coiffure répartis sur huit Etats du Midwest. Le réseau du groupe français couvre désormais 80% du territoire américain.

OR

3. BRÉSIL: LA PRODUCTION DE PETROBRAS EN AUGMENTATION

La production de la compagnie pétrolière publique Petrobras au Brésil a augmenté de 6,3% en 2009, avec une extraction moyenne de 1,9 million de barils par jour. Le Brésil possède des réserves prouvées de 14 milliards de barils. Le groupe veut concentrer ses efforts sur les vastes réserves découvertes fin 2007 dans les eaux de l'Atlantique au large des côtes sud-est du pays. Celles-ci pourraient renfermer quelque 50 milliards de barils de brut, sous une épaisse couche de sel, selon le gouvernement.

PZE

DES MILLIARDS POUR L'ÉTAT BRITANNIQUE



Les établissements financiers londoniens ont apparemment choisi de verser des bonus à leurs employés, quitte à payer l'impôt exceptionnel de 50% sur ces sommes. Selon de nombreux banquiers, cette taxe pourrait au final rapporter quelque 4 milliards de livres à l'Etat, beaucoup plus que les 550 millions initialement prévus par le gouvernement.

CARTEL CIMENTIER EN POLOGNE

Six des principaux producteurs de ciment polonais ont écopé d'une amende record de 411 millions de zlotys, c'est-à-dire 150 millions de francs, pour entente illicite sur les prix. Ils se partageaient le marché polonais depuis 1998 au moins. Parmi eux, le groupe Ozarow, contrôlé par l'irlandais CRM et Cemex Polska, une filiale du mexicain Cemex.

CEMEXCPO

MAUVAISES NOTES POUR LA GRÈCE

Suivant l'exemple de Standard & Poor's, Moody's a abaissé la note de la Grèce. La note des obligations de l'Etat grec est ainsi passée de A1 à A2 en raison des incertitudes entourant les risques de solvabilité. Le 16 décembre, S & P avait diminué la note de A- à BBB+.

LE FMI À LA RESCOURS DE LA TURQUIE

Le Fonds monétaire international s'apprête à débloquer un prêt massif à la Turquie. Le FMI reste très prudent dans ses déclarations, mais selon la presse turque, le montant de l'emprunt varie entre 10 et 60 milliards de dollars (10,3 à 61,8 milliards de francs). Signes de confiance: au 5 janvier 2010, la Bourse turque était en hausse et des obligations d'Etat ont été souscrites pour un montant de 7,3 milliards de dollars alors que l'offre était limitée à 2 milliards.

NESTLÉ FERME UNE USINE AU ZIMBABWE

Le géant alimentaire Nestlé a fermé «temporairement» son usine de traitement de lait au Zimbabwe après avoir subi des pressions de la police et des autorités pour acheter du lait de certains fournisseurs. Courant octobre, les autorités du Zimbabwe avaient brièvement bloqué des comptes bancaires de Nestlé. Le groupe, présent depuis cinquante ans au Zimbabwe, emploie environ 200 personnes et produit de la poudre de lait et des céréales, principalement pour le marché local.

NESN

LA ZAMBIE VEUT ATTIRER LES GÉANTS



La Zambie veut augmenter les investissements étrangers dans son secteur minier. Elle essaie d'attirer des géants comme RIO Tinto et BHP Billiton dans son segment des mines de cuivre. Malheureusement,

son régime fiscal décourage les investisseurs. Tout comme les risques politiques élevés dans ce pays de dix millions d'habitants, qui se profile comme le plus grand producteur africain de cuivre.

RTP, BHP

DISNEY EN CHINE



Le groupe américain de médias et de loisirs Walt Disney a reçu l'autorisation des autorités chinoises pour construire un nouveau parc à thèmes près de Shanghai. Disney détient depuis 2005 un parc d'attractions à Hong Kong dans lequel le groupe va effectuer un nouvel investissement de 450 millions de dollars; ce parc avait été critiqué pour sa petite taille, insuffisante pour accueillir les nombreux visiteurs chinois.

DIS,U

XSTRATA INVESTIT EN AUSTRALIE

Le groupe minier Xstrata, basé à Zoug mais coté à Londres, va investir 542 millions de dollars dans l'extension de la durée de vie d'une mine en Australie. Sa filiale cuivre prolongera l'exploitation de la mine Ernest Henry Mining près de Cloncurry, dans le nord-est de l'Australie, jusqu'en 2024. Le groupe a revu à la hausse de 600% les réserves de minerai de fer de cette mine à 72 millions de tonnes et compte extraire chaque année environ 50'000 tonnes de cuivre et 70'000 onces d'or dès 2012.

XTA

SECTEURS

FINANCE

La débâcle des fonds de fonds L'industrie des fonds de hedge funds a souffert de la crise. Selon une étude d'Eurekahedge, les actifs sous gestion se sont effondrés de 70% entre mai 2008 et novembre 2009. Les instituts suisses géraient 203 milliards de dollars dans les fonds de fonds. Aujourd'hui, cette somme se monte à 61 milliards, ce qui correspond à 14% du marché mondial, contre 25% en 2007. Cependant la Suisse conserve son troisième rang, derrière les Etats-Unis (40,8%) et le Royaume-Uni (23,9%).

Les sociétés cotées génèrent un cinquième du PIB suisse Selon une étude d'economiesuisse, les 249 sociétés anonymes cotées en Suisse représentent 42% des impôts sur les entreprises, 11% de l'emploi global, 18% du PIB, 31% des exportations, 51% de la recherche privée et 54% des investissements directs. Et si l'on calcule leur contribution à l'économie en tenant compte de leurs fournisseurs, on arrive même à un quart du PIB.

Credit Suisse aide les jeunes Credit Suisse Group investit 30 millions de francs dans les programmes de formation d'organisations à but non lucratif aidant les jeunes à trouver une place d'apprentissage. De plus, elle met à la disposition des PME et des start-up un capital-risque d'un montant de 100 millions de francs, pour la création de nouveaux emplois en Suisse. Ces deux mesures sont accompagnées de la création de 150 places d'apprentissage supplémentaires au sein de la banque.  CSGN

AVIATION

Compagnies aériennes à la peine Selon l'Association du transport aérien international IATA, les compagnies aériennes internationales devraient encore perdre 5,6 milliards de dollars en 2010. Un chiffre aggravé de 2 milliards de dollars relativement à l'année précédente. En cause? Le renchérissement du pétrole et la baisse du prix des billets. Entre 2000 et 2009, les compagnies ont perdu 49,1 milliards de dollars, soit une moyenne de 5 milliards de dollars par an.

COMMUNICATION

La téléphonie mobile coûte trop cher aux Suisses Les Suisses paient cher leur fidélité à leur opérateur de téléphonie mobile. Ils pourraient économiser 1,9 milliard de francs en optant pour un concurrent plus avantageux, selon comparis.ch. Seule une petite minorité des abonnés à la téléphonie mobile, soit 4%, utilise vraiment la formule la moins chère, selon l'enquête menée auprès de 5'810 personnes. En ne prenant que les abonnements les moins chers, sans les formules prépayées, le potentiel d'économie se monte déjà à 1,5 milliard de francs.

CONSTRUCTION

Hausse de salaires dans la construction

Le personnel des chantiers a bénéficié d'une hausse de salaire moyenne de 2,2% en 2009, selon la Société suisse des entrepreneurs (SSE). Le salaire mensuel moyen s'élève à 5'545 francs. Compte tenu d'une inflation négative de 0,4% selon les prévisions du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco), les salaires réels ont donc augmenté de 2,6% au cours de cette année. La précédente enquête remontait à février 2008.

AUTOMOBILE

Baisse de 7,8% de la vente de voitures neuves en Suisse En 2009, 266'018 voitures de tourisme neuves ont été vendues en Suisse, soit une baisse de 7,8% par rapport à 2008 (288'525 voitures vendues). Mais les chiffres de décembre, qui affichent un recul de seulement 0,2%, laissent entrevoir une lueur d'espoir pour 2010. Les ventes des véhicules utilitaires ont également baissé en 2009, de 13,3% pour les véhicules légers et de 39,2% pour les poids lourds.

LOGISTIQUE

Un nouveau silo au port

de Bâle Rhenus Port Logistics, société du groupe Rhenus, développe son infrastructure au port de Bâle. Elle va investir un million de francs pour un édifice baptisé Silo 9. D'une longueur de 84 m et d'une hauteur de 35 m, avec une capacité totale de 32'680 m³, cette nouvelle construction n'est pas anodine: 17% des importations en Suisse passent par la ville rhénane. Les importations de céréales par exemple sont capitales pour l'approvisionnement de la Suisse.

PHARMA

Concurrence déloyale dans les pharmas

La Commission de la concurrence (Comco) a infligé une amende de 5,7 millions de francs à trois grandes pharmas. Pfizer, Eli Lilly (Suisse) et Bayer (Suisse) sont accusées de s'être entendues sur les prix de leurs médicaments contre les troubles de l'impuissance. Les trois firmes épinglées ont fixé les prix de revente du Viagra, du Cialis et du Levitra sous forme de prix publics recommandés.

■ PFE, LLY, BAYN

Hausse alarmante des contrefaçons de médicaments

L'augmentation des médicaments contrefaits dans l'Union européenne inquiète la Commission européenne: en deux mois, l'UE a saisi 34 millions de faux comprimés dans tous les pays membres. Il s'agit d'antibiotiques, de traitements anticancéreux, anti-malaria et anti-cholestérol, d'antalgiques et de faux Viagra. Une grande partie de ces saisies venaient d'Inde.

HAUSSE

Guillaume Morand



Le propriétaire des magasins de chaussures Pump it Up a eu droit à une pleine

page dans le *Wall Street Journal* pour avoir érigé un minaret sur le toit d'un de ses dépôts lausannois après le fameux vote suisse.

Christine Lagarde



La ministre française de l'Economie a été désignée par le *Financial Times* meilleure ministre

des Finances de la zone euro. Le jury a souligné le rôle qu'elle a joué dans le «management de la crise au niveau international».

Monica Ribar



La directrice de Panalpina (PWTN) figure au 24^e rang des femmes

managers les plus importantes du monde selon le *Financial Times*. Elle dirige depuis 2006 ce groupe suisse de fret qui emploie 40'000 collaborateurs dans 80 pays.

Steve Ballmer



Le CEO de Microsoft a demandé que sa rémunération soit gelée à 1,27 mil-

lion de dollars. S'il est nettement moins bien payé que ses pairs, il détient près de 5% des actions, ce qui fait de lui le deuxième plus grand actionnaire du groupe.

BAISSE

François-Paul Journe



Débouté en seconde instance, l'horloger a été condamné à payer

plusieurs dizaines de milliers d'euros à Jaquet Droz (Swatch Group), qu'il accusait de contrefaçon et de concurrence déloyale.

Gillette



L'image de marque de Gillette a subi l'effet «double lame» quand ses deux

champions, Thierry Henry et Tiger Woods, ont chu dans les médias pour cause de tricherie, sportive chez le premier, conjugale chez le second.

Raj Rajaratnam



Le milliardaire sri lankais, patron de Galleon, est accusé d'avoir pro-

fité d'informations confidentielles pour empocher 20 millions de dollars en Bourse. Inculpé à New York, il risque 145 ans de prison.

Nexus One



Des centaines d'utilisateurs se sont irrités de l'absence d'un service

après-vente pour le smartphone Nexus One de Google, vendu 529 dollars.



«Je suis déterminé à récupérer chaque centime dû au peuple américain, surtout lorsque je vois les profits énormes et les bonus obscènes dans les entreprises qui doivent leur survie au peuple américain.»

Barack Obama, à propos de la taxation sur les bonus



«De nouvelles bulles se préparent en raison de la liquidité excessive, surabondante.»

Michel Cicurel, président du directoire de la Compagnie financière Edmond de Rothschild.



«Je leur ai donné la plus grosse affaire de fraude fiscale au monde. J'ai dénoncé 19'000 criminels internationaux, et je serais le seul à aller en prison? Et pas un seul banquier suisse?»

Bradley Birkenfeld, ancien gérant d'UBS.



«J'aurais préféré qu'ils m'attrapent il y a six, huit ans.»

Bernard Madoff, financier déchu de Wall Street



«Les banques suisses sont défavorisées en Europe, car les banques européennes ne sont pas obligées d'être aussi bien capitalisées que les suisses.»

Boris Collardi, CEO de Julius Baer.

NIVEA
FOR MEN

POUR LES HOMMES
QUI INVESTISSENT AUSSI
DANS LEUR APPARENCE

NOUVEAU

FRAÎCHEUR ET ÉCLAT,
MAINTENANT ET À L'AVENIR

DNAge

- Réduit les rides et raffermi la peau
- Stimule le renouvellement cellulaire
- Protège la peau des agressions de l'environnement

www.NIVEAFORMEN.ch/DNAgemen

CE QUE VEULENT LES HOMMES



3'000'000'000

Le nombre d'applications téléchargées par les utilisateurs d'iPhone dans le monde. Du jamais vu.

3'468'000

Le nombre de m³ d'eau désalinisés chaque jour par l'entreprise française Veolia Environnement, contre 1,746 million par l'italienne Fisia Italimpianti et 1,459 million par la coréenne Doosan.

900%

Le bond du bénéfice net annuel du constructeur automobile chinois SAIC Motor Corp en 2009. Il a vendu plus de 2,7 millions de véhicules l'an dernier, soit une hausse de 57%.

3'200'000

En francs, la somme minimum dont il faut disposer pour vivre de ses rentes et tourner le dos à la vie professionnelle, selon une enquête du magazine *Bilan*.

2'270'000

Le nombre de voitures vendues en 2009. Ce chiffre dépasse le record de 2001. Il faut remonter vingt ans en arrière pour retrouver de tels volumes.

29'000'000'000

En dollars, ce que les Américains ont dépensé sur Internet pendant les Fêtes. C'est 5% de plus que l'année d'avant à la même période.

1'310'000'000

En dollars, le montant généré par la vente de netbooks dans le monde. Avec respectivement 38,3% et 30% du marché, les taïwanais Acer et Asus se taillent la part du lion.

UP

La fourrure française

Le marché français de la fourrure croît de 10% par an, passant de 115 millions d'euros en 1995 à 311 millions en 2007. Très demandés: le vison, le renard et le raton laveur.

Source: Fédération française des métiers de la fourrure

Le cinéma américain

Pour la première fois depuis 2002, les Américains ont dépensé l'an dernier plus d'argent en tickets de cinéma (9,9 milliards de dollars) que pour acheter des DVD (8,7 milliards de dollars).

Source: Adams Media Research

La voiture low-cost

Le constructeur tchèque Skoda-Volkswagen va lancer en 2012 une berline familiale qui coûtera entre 10'000 et 12'000 euros.

Source: Skoda

Les faillites suisses

5'105 entreprises ont déposé leur bilan en Suisse en 2009, soit une augmentation de 26,7% par rapport à l'année précédente.

Source: OFS

DOWN

Les riches Américains

Les richissimes Américains se sont appauvris en 2009. Même Bill Gates a vu sa fortune fondre de 7 milliards de dollars.

Source: Forbes

Le mot «password»

Les mots de passe qu'il ne faut surtout pas utiliser sont «password» et «123456», car ce sont ceux qui sont le plus souvent piratés.

Source: Microsoft

Le pouvoir d'achat chinois

Près de la moitié des Chinois estiment que les prix en Chine sont trop élevés et inacceptables.

Source: Bank of China

La bouteille de 2 litres

La bouteille de 2 litres lancée en octobre par Migros n'a pas convaincu. Elle a été abandonnée en décembre et remplacée par la bouteille de 1,5 litre.

Source: Migros

SCAN



HARLEY-DAVIDSON, L'ESPOIR PAR LES FEMMES En janvier, le titre Harley-Davidson a chuté brutalement de 6%. Le fabricant des mythiques motos, symboles des valeurs américaines de liberté et de non-conformisme, avait annoncé le jour même un résultat net en baisse de 84% à 26,5 millions de dollars, après des mois de chute de ses ventes. Selon Keith Wandell, CEO du groupe, les piètres résultats de l'année 2009 sont dus à la crise et aux coûts élevés des mesures de restructuration qu'il estime nécessaire pour restaurer la confiance à long terme. D'autant que la marque a identifié un marché en pleine croissance: les femmes. Des raisons d'espérer, malgré le pessimisme de nombreux analystes. HOG

LA CHINE INVESTIT DANS SES MÉTROS



La Chine va donner un coup d'accélérateur aux métros dans lesquels elle va investir plus de 130 milliards de francs ces prochaines années. Le pays a des projets de construction dans 22 villes. Aujourd'hui, seule une dizaine de villes chinoises sont dotées de métros, qui parcourent 835 km de rail.

NESTLÉ ET DANONE AU COUDE-À-COUDE

La concurrence se construit déjà sur le segment très fermé de la nutrition pour personnes âgées, qui se développe entre l'aliment amélioré et la pharma. Nestlé a établi la division Nutrition en 2004, puis a acquis le département nutrition de Novartis en 2007. Danone, concurrent de Nestlé, a pris le leadership depuis la reprise de Numico, en 2007. Le revenu de cette division a doublé en cinq ans pour se monter à 10 millions de francs aujourd'hui. A terme, le marché global est estimé à 11 milliards d'euros par Vontobel.

NESN, BN

ADIDAS S'ASSOCIE À ARMANI

A mi-janvier, Adidas a annoncé avoir signé un accord entre sa marque Reebok et Giorgio Armani pour la création d'une nouvelle collection de sportswear, qui sera vendue dans les deux enseignes. Par ailleurs, Adidas poursuit son développement en Chine, où elle exploite son image occidentale pour concurrencer Li Ning, Kappa et Anta. Herbert Hainer, le patron d'Adidas, qui décrit lui-même son style comme «agressif», fait une fois de plus preuve de sa pugnacité: il apparaît sur tous les fronts à la fois. Une hyperactivité de bon augure pour une action qui a connu une belle envolée entre novembre 2009 et janvier 2010.

ADS

SCAN

SWISS OUVRE UNE LIGNE GENÈVE-LONDRES



Depuis le 10 janvier 2010, Swiss propose six vols quotidiens à destination de Londres Heathrow. Cette nouvelle liaison s'ajoute à la desserte de Londres City. Swiss double ainsi les capacités qu'elle destine à l'important marché londonien tout en confortant sa position à Genève. Londres Heathrow est desservi par deux Airbus A320. Pendant une phase intermédiaire, l'un des deux appareils est exploité par British Midland, nouvelle compagnie sœur de Swiss au sein du groupe Lufthansa.

LHA

LA PERFORMANCE DE THOMAS COOK



Thomas Cook Group a vu ses bénéfices bondir sur son exercice 2009. Le voyageur a enregistré un bénéfice net de 15,8 millions de livres, en progression de 46% sur un an. Sur la même période, son chiffre d'affaires a augmenté de 5,9%, à 9,29 milliards de livres. Une performance réalisée en dépit de la récession mondiale

et de l'impact financier de la grippe A (H1N1). Selon son directeur Ngénéral, Manny Fontenla-Novoa, cette hausse serait due au positionnement du groupe vers les destinations moyen et long-courrier, à plus fortes marges, ainsi qu'à une gestion très prudente des coûts et des capacités.

TCG

Apple iPhone vs Google Nexus One



APPLE

CRÉATION	GOOGLE
1977	1998
CHIFFRE D'AFFAIRES*	
\$32,5 MIAS	\$21,8 MIAS
RÉSULTAT NET*	
\$4,8 MIAS	\$4,23 MIAS
EFFECTIFS	
ENV. 30'000	ENV. 20'000
CAPITALISATION BOURSIÈRE	
\$190 MIAS	\$121 MIAS
COTATION	
AAPL	GOOG

* 2008



AVANTAGES

- L'interface multitouch est ultra-simple
- Les ratés de la première version ont été corrigés
- Plus de 100'000 applications
- Le système d'exploitation est ouvert
- Reconnaissance vocale
- Prix plus modéré

INCONVÉNIENTS

- Autonomie très limitée de la batterie
- Incompatibilité de nombreux supports (Java, Flash)
- Attaqué par Greenpeace: pas aussi vert que le voudrait Steve Jobs
- Autonomie très limitée de la batterie
- Malgré ses capacités techniques, il lui manque «la» nouveauté qui ferait la différence
- L'écran de l'appareil n'est pas multitouch

CRITIQUE RÉCURRENTÉ

- Entreprise «sectaire» fonctionnant en écosystème
- Service après-vente déficient

SYSTÈME D'EXPLOITATION

- iPhone OS
- Android

PART SUR LE MARCHÉ MONDIAL

- 17,8%
- 3,5%

NOMBRE D'UNITÉS VENDUES AVANT 2010

- 30 millions
- 0

POSITION DANS L'ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

- Centrale
- Embryonnaire

DISPONIBILITÉ

- Depuis l'été 2008
- Dès le printemps 2010

LES GÉRANTS D'UBS PEUVENT À NOUVEAU VOYAGER

UBS a levé l'interdiction totale de voyager pour ses gérants de fortune. Les quelque 5'000 conseillers à la clientèle de la banque, qui opèrent hors de la Suisse, peuvent à nouveau rencontrer leurs clients à l'étranger.

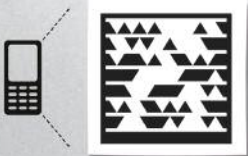
UBSN



Effizienz. Virtuelle, mais
bien perceptible.

Enfin une infrastructure virtuelle consolidée depuis le poste de travail jusqu'au centre de traitement – au sens figuré, car il est question de virtualisation. Déployez Windows Server® 2008 R2 avec Hyper-V™ et laissez de côté les logiciels coûteux de tiers. Ajoutez SQL Server® 2008 Enterprise avec virtualisation illimitée et supprimez en toute facilité les serveurs sous-exploités. Choisissez System Center et disposez d'une administration centralisée jusqu'au niveau applicatif pour toute l'entreprise. En clair: offrez-vous une infrastructure IT virtuelle et dynamique pour maximiser le ROI, diminuer le TCO et optimiser les processus. Avec des résultats palpables à la clé.

Pour en savoir plus sur la virtualisation des serveurs, visitez le site www.microsoft.ch/BIEB

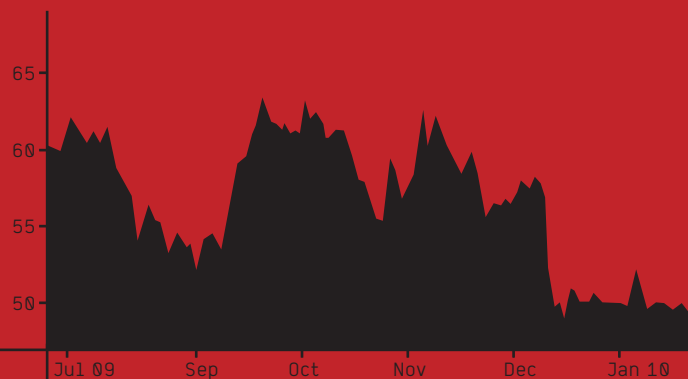


Marche à suivre:

1. télécharger l'application sur le site <http://gettag.mobi>
2. lancer le Tag Reader sur votre mobile
3. photographier le tag

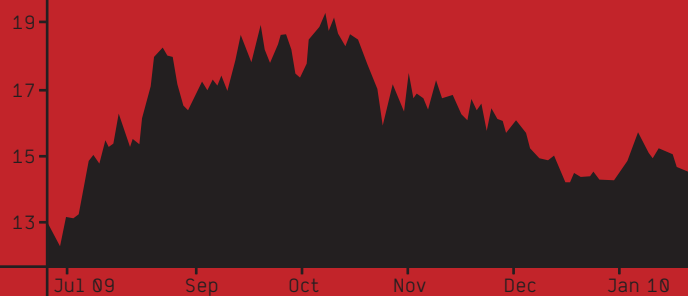
Because it's everybody's  business

LOSERS



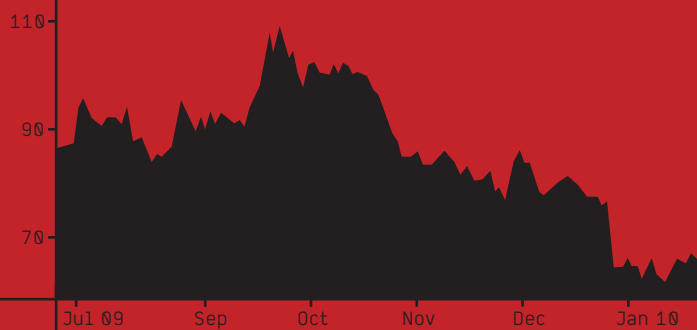
SCHULTHESS (SGRN)

Après un mois de novembre en dents de scie, le mois de décembre a frappé de plein fouet l'action Schulthess. Le fabricant de machines à laver n'a pas tenu ses résultats de 2008. Et la reprise se fait attendre.



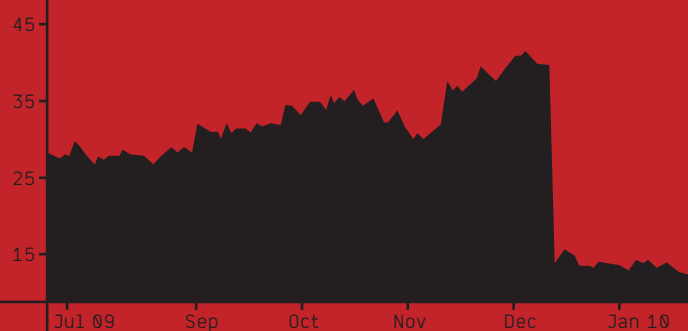
EFG INT. (EFGN)

Autre longue descente aux enfers: celle de l'action EFG qui recommence à plonger malgré une légère reprise fin 2009. La banque se lance dans une année difficile où elle devra maîtriser ses coûts.



BASILEA (BSLN)

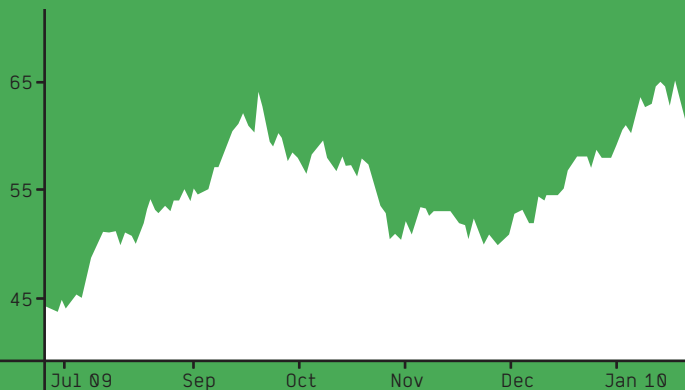
Un second semestre 2009 sous forme de cauchemar pour l'action Basilea, qui accuse une chute sans fin. Cette tendance reflète les difficultés rencontrées par la société pharmaceutique bâloise pour l'homologation de son antibiotique Ceftobiprol.



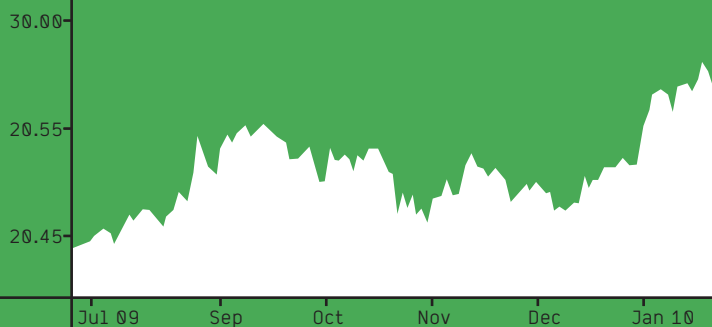
ADDEX (ADNX)

L'action Adnex a connu une chute spectaculaire au cours de la troisième semaine de décembre 2009. Elle subit là les conséquences de la fin prématurée des tests sur son produit phare contre la migraine, l'AADX10059.

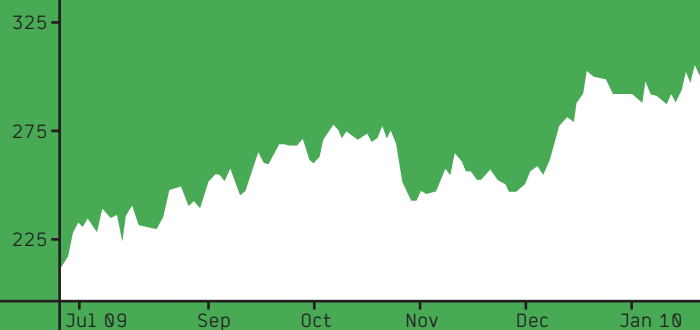
WINNERS

**DAETWYLER (DAE)**

Après quelques frayeurs entre octobre et novembre 2009, l'action Daetwyler a amorcé une belle ascension. Une embellie due au rachat par le groupe industriel technologique de Reichelt fin 2009. En outre, Daetwyler dispose de bonnes marges de liquidités pour 2010.

**KUDELSKI (KUD)**

Jolie remontée pour l'action Kudelski depuis décembre 2009. Le groupe technologique suscite l'engouement des investisseurs, qui jugent son potentiel supérieur à la moyenne du secteur. Une future star du marché suisse en 2010?

**STRAUMANN (STAN)**

Un second semestre 2009 aux allures d'escalade pour le titre Straumann. Le fabricant d'implants dentaires a été poussé par les attentes en hausse sur le secteur européen Medtech.

**RIETER (RIEN)**

L'action Rieter a amorcé une ascension régulière bien qu'en dents de scie depuis septembre 2009. Le groupe poursuit son recentrage sur ses métiers de base dans le domaine des machines à filer.

NOMINATIONS

PAMELA THOMAS-GRAHAM

à la direction de Credit Suisse

L'Américaine Pamela Thomas-Graham, 46 ans, a été nommée pour diriger les ressources humaines et la communication de Credit Suisse. Originnaire de Detroit, elle est trois fois diplômée de Harvard, en business, sciences économiques et droit. Elle a travaillé dix ans chez McKinsey, puis dans le conglomérat de médias NBC. Elle est par ailleurs mère de trois enfants et auteure de romans policiers.

CSGN

PHILIP HAMPTON

à l'Anglo American

Anglo American PLC a nommé Philip Hampton, président de la Royal Bank of Scotland, à son conseil d'administration. Le géant des ressources minérales et de l'industrie minière cherche ainsi à rafraîchir sa direction non opérationnelle. Philip Hampton, 56 ans, a également été président de Sainsbury, et directeur financier de Lloyds TSB Group et de British Steel.

NGLC

ROBERT J. MCCANN entre chez UBS

Robert J. McCann a été nommé CEO d'UBS Wealth Management Americas et membre du directoire du groupe UBS. Agé de 51 ans, il a travaillé vingt-six ans durant chez Merrill Lynch. Il a pris la responsabilité des activités locales de gestion de fortune du groupe aux Etats-Unis et au Canada, y compris toutes les activités internationales comptabilisées aux Etats-Unis. Il dirige près de 8'000 conseillers financiers dans plus de 320 succursales réparties aux Etats-Unis, à Puerto Rico et au Canada, gérant un encours de 695 milliards de francs d'actifs sous gestion. Robert McCann est titulaire d'une licence d'économie du Bethany College et d'un MBA de la Texas Christian University.

UBSN

MARCO GIUCCO, NOUVEAU DIRECTEUR D'INAPA

Inapa Suisse, le grossiste et distributeur de papier, a un nouveau directeur exécutif. Marco Giucco, 44 ans, a succédé à Erich Häuptli en début d'année. Il était auparavant directeur des ventes et du marketing. Economiste diplômé de l'Université de Bâle, il a notamment dirigé une entreprise de boissons.

IPB

WOLFGANG MAYRHUBER au conseil d'administration d'UBS

Lors de sa prochaine assemblée générale, qui aura lieu le 14 avril 2010, UBS proposera l'élection à son conseil d'administration de l'Autrichien Wolfgang Mayrhober, actuel président de la direction du groupe de transport aérien allemand Lufthansa, maison mère de Swiss. Travaillant pour le compte de Lufthansa depuis près de quarante ans, cet Autrichien a été l'artisan du rachat de Swiss au printemps 2005, alors en grande difficulté, par le géant allemand du transport aérien. Wolfgang Mayrhober arrivera au sein d'une UBS en voie de rétablissement après la débâcle de l'ère Ospel. La banque a toutefois encore essuyé une perte nette de 564 millions de francs au troisième trimestre 2009, et de 1,4 milliard trois mois plus tôt.

UBSN

MARC LEDERGERBER

quitte Edisun

Edisun Power Europe, actif dans le financement d'installations photovoltaïques et la vente de courant solaire, est à nouveau à la recherche d'un directeur financier. Le titulaire du poste, Marc Ledergerber, partira fin mai 2010 pour cause de divergences de vues sur le développement de l'entreprise. Marc Ledergerber avait repris le poste de directeur financier début août 2009, succédant à Mirjana Blume, nommée directrice générale du groupe.

ESUN

BERNARD TERVER chez Holcim

Holcim a nommé Bernard Terver comme nouveau chef du marché américain auprès de la direction générale. Actuellement CEO d'Holcim aux Etats-Unis, il assumera sa nouvelle fonction dès le 1^{er} avril 2010. Il sera responsable d'Holcim US ainsi que des «Aggregate Industries US».

HOLN

KOLLER

ART SUISSE

Vente à Zurich,
24 JUIN 2010

Clôture du catalogue
15 avril 2010



ALBERT ANKER
Jeune fille cousant.
Huile sur toile.
63 x 45,5 cm.

Vendue pour
CHF 3.01 millions
en décembre 2009

Contact: Cyril Koller
koller@kollerauctions.com

www.kollerauctions.com

KOLLER Zurich
Hardturmstrasse 102 · CH-8031 Zurich
Tél. +41/44 445 63 63 · Fax +41/44 273 19 66
office@kollerauctions.com

KOLLER Genève
2, rue de l'Athénée · CH-1205 Genève
Tél. +41/22 311 03 85 · Fax +41/22 810 06 30
geneva@kollerauctions.com

IAO
International
Auctioneers

SIKA, UN IMMENSE POTENTIEL DE CROISSANCE

Pionnier dans les technologies chimiques utilisées dans la construction, le géant suisse Sika enchaîne les succès et les énormes chantiers.

Son directeur général Ernst Bärtschi anticipe un doublement du chiffre d'affaires, notamment grâce aux marchés émergents.

Propos recueillis par Andreas Turner

Le pont de Suntong en Chine. Sika a participé à la construction de ce gigantesque ouvrage de plus d'un kilomètre d'envergure.



Sika fait partie des 25 plus grandes entreprises de Suisse. Le groupe réalise un chiffre d'affaires annuel de plus de 4 milliards de francs. Il est très rentable et, ces dernières années, il a connu une croissance impressionnante. Bien que ce fabricant de spécialités chimiques soit présent dans quelque 70 pays, qu'il compte plus de 11'000 collaborateurs et qu'il fasse partie des fournisseurs les plus importants du secteur de la chimie de construction, son histoire est moins connue que celles de Geberit, Holcim ou Hilti. Mais cela pourrait changer, surtout si le groupe poursuit son expansion actuelle.

Son potentiel de croissance et ses ambitions sont multiples. L'entreprise elle-même résume son domaine d'activité en cinq mots: étancher, coller, amortir, renforcer et protéger. Les technologies de cette entreprise suisse sont utilisées sur les chantiers les plus spectaculaires du monde, comme le pont de Sunong en Chine, mis en service en 2008, le premier pont à haubans au monde d'une envergure de plus d'un km. Ses éléments ont été amalgamés par Sika, à l'aide d'une colle à base de résine époxyde.

Des adjuvants sont également nécessaires, lorsque le béton doit être fluidifié afin d'être injecté vers le haut, par exemple lors de la construction d'un gratte-ciel, comme ce fut le cas pour le Shanghai World Finance Center d'une hauteur de 492 m. Au Japon et dans de nombreux pays d'Europe occidentale, rares sont les bétons qui ne soient mélangés à des adjuvants. En Suisse, 60% du béton contient ces additifs. Mais dans de nombreux pays, on utilise nettement moins d'adjuvants – ce qui représente un énorme potentiel pour Sika.

Dans le secteur de la construction, le plus gros potentiel réside dans les surfaces commerciales et les immeubles d'habitation, où les toits, les sols, les caves, les façades, les balcons peuvent être protégés et isolés grâce aux technologies de l'entreprise suisse.

Mais les chantiers de construction ne sont pas seuls concernés. Pour le luxueux paquebot «Queen Mary 2», le groupe helvétique a développé un matériau permettant d'amortir les vibrations, dont on a recouvert les sols. En plus du secteur industriel, devenu dans les années 1980 son deuxième secteur d'activité, il fournit également les grands constructeurs automobiles. Là, ce sont les fenêtres qui sont fixées grâce à une colle high-tech. Si l'on en croit Sika, l'industrie automobile utilisera de plus en plus d'adhésifs et de moins en moins la soudure. Si cette technique s'impose, le chiffre d'affaires augmentera d'autant.

Sika peut compter sur des collaborateurs beaucoup plus fidèles que la moyenne. Malgré ses succès, l'entreprise croît raisonnablement. Bien que cotée à la Bourse, elle est restée en mains familiales. Ses propriétaires tiennent à conserver la majorité des voix. Périodiquement, on leur fait des avances pour un rachat. Ces tentatives proviennent la plupart du temps de leurs concurrents américains. Ils ont été systématiquement éconduits. Malgré une situation confortable, la direction de l'entreprise reste prudente et modeste. Le CEO de Sika, Ernst Bärtschi pense que de nouveaux concurrents en provenance d'Asie vont attaquer le marché et que la consolidation mondiale se poursuivra. Son objectif est de garantir l'indépendance de Sika: «Nous verrons bien si Sika existera toujours en 2020.»

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶ Votre entreprise fête en 2010 ses 100 ans d'existence. Le centenaire est-il en bonne santé?

ERNST BÄRTSCHI ▶ Sika est une entreprise saine – bien plus saine qu'il y a dix ans. Mais à l'avenir, il est important de continuer à lutter quotidiennement pour maintenir notre position sur le marché. Une position qui nous permette de croître sur le long terme.

Etes-vous en mesure de livrer des pronostics réalistes pour le développement futur de votre groupe?

Il existe des centaines de facteurs qui font, en fin de compte, le succès d'une entreprise. Sur le Vieux Continent, nos perspectives sont très bonnes. Toutefois, de nouveaux concurrents en provenance de Chine et d'Inde arrivent sur le marché et nous compliquent l'existence. Ainsi, nous devons nous efforcer de garantir notre succès dans ces régions également, en mettant de nouvelles solutions sur le marché.

Existe-t-il une taille idéale pour votre société?

Elle ne devrait pas dépasser 8 à 10 milliards de francs de chiffre d'affaires annuel. Croître au-delà altérerait la souplesse dont notre organisation dispose aujourd'hui.

Sur quels marchés et dans quels secteurs d'activités travaillez-vous de manière particulièrement intensive, et où faut-il engager des efforts particuliers pour garantir une évolution positive?

Dans chacune de nos unités d'affaires (Concrete, Contractors, Distribution, Industry, etc.), nous avons la capacité de doubler notre chiffre d'affaires. Au minimum. Toutefois, il y a également des secteurs dont le potentiel de croissance est encore plus élevé – surtout dans les domaines où nous arrivons

avec notre approche «Roof-to-Basement» (du toit aux fondations). Nous offrons des solutions efficaces et complètes, pour la construction d'immeubles d'habitation ou industriels.

L'année dernière, vous avez ouvert un nouveau centre technologique à Zurich. La recherche et le développement «made in Switzerland» sont-ils importants pour vous?

Nous vivons de la réputation de disposer de technologies de pointe, surtout dans les secteurs de la construction et de l'automobile. C'est pourquoi la recherche et le développement des nouveaux produits, qui consolident notre réputation, resteront essentiellement à Zurich. Mais les adaptations aux besoins locaux et aux phases de développement des différents pays, décidées en accord avec nos clients, sont dévolues aux 80 sociétés du groupe.

«Grâce à nos techniques de collage, nous serons massivement présents sur le marché automobile.»

Votre taux d'innovation est élevé. Parvenez-vous à résister, du moins partiellement, à la pression des prix?

Dans notre secteur d'activité, il faut proposer de nouvelles solutions innovantes en permanence. Mais elles doivent être expliquées aux clients. Ce qui a un coût. Ce n'est qu'à partir du moment où ces solutions deviennent la norme que les prix se mettent à baisser. Notre développement vise deux objectifs: d'une part, dans de nouvelles applications, qui amènent des avantages inédits pour nos clients; et d'autre part, dans des technologies offrant un bon rapport qualité-prix et pouvant être largement utilisées.

Au niveau mondial, Sika est très engagées dans des installations industrielles produisant des énergies renouvelables. Un secteur d'avenir pour vous?

Les énergies vertes sont en plein essor, comme l'énergie éolienne, technologie à laquelle nous participons activement. Nous produisons de la colle pour les pales de rotor. Le béton à haute résistance servant à couler les fondations sur lesquelles reposent les mâts contiennent nos adjuvants. Les constructions en acier utilisent nos isolants contre la corrosion. Dans les collecteurs solaires, de nom-



Ernst Bärtschi, 57 ans, fait partie des dirigeants suisses qui ont parfaitement réussi leur passage du poste de chef financier à celui de CEO: c'est en 2005 que le directeur opérationnel du groupe a pris la relève de Walter Gruebler, désormais président du conseil d'administration de Sika. Ces dernières années, l'entreprise a présenté une croissance impressionnante.

En 1976, Ernst Bärtschi obtient un diplôme en sciences économiques de l'Université de Saint-Gall. Il entre ensuite chez Nestlé en tant que contrôleur financier. Il poursuit sa carrière chez Schindler, comme contrôleur financier puis devient directeur financier et membre de la direction générale. C'est en 2002 qu'il entre chez Sika en tant que directeur financier.

breux éléments sont scellés avec nos adhésifs. Tout compris, nous apportons une précieuse contribution à la lutte contre le réchauffement climatique et à toutes les mesures visant à réduire la consommation d'énergie. De plus, dans la fabrication du ciment, nos adjuvants réduisent la consommation énergétique des cimenteries. Si tous les cimentiers utilisaient nos technologies, on pourrait fermer plus d'une centrale nucléaire.

Les locomotives de votre chiffre d'affaires sont l'Amérique latine, l'Europe de l'Est, l'Asie et le Proche-Orient. Comment gérez-vous le fait que la durabilité n'est pas une priorité dans les pays en développement?

Dans le secteur du béton, on utilise de plus en plus des technologies modernes de traitement du ciment. Et on se préoccupe de plus en plus de développement durable. Dans ses bâtiments publics, la Chine met déjà en œuvre les technologies les plus avancées. En ce qui concerne les revêtements de toits et les sols industriels, le marché évolue plus lentement. Pour cette raison, nous mettons l'accent sur le développement régional de solutions qui ont du succès sur place.

Comment votre entreprise s'y prend-elle pour que les normes de qualité élevées qu'elle a elle-même fixées soient respectées localement?

La qualité de nos produits finis dépend entièrement de nous. Toutefois, en ce qui concerne l'utilisation de nos solutions, le contrôle devient plus difficile. Là, nous dépendons de formations ciblées et de la certification des artisans qui doivent utiliser nos produits de manière professionnelle. Ce sont aussi des activités, qui favorisent la durabilité sociale.

«L'Inde, le Brésil et la Chine constituent nos plus gros défis. Là, nous devons nous accrocher.»

La division Sika Industry ressent directement les effets de la crise de l'industrie automobile. Après ce brutal freinage, le secteur va-t-il pouvoir remettre les gaz? Dans quels segments?

Aujourd'hui, nous constatons que nos clients observent leurs fournisseurs à la loupe, notamment du point de vue de leur solidité financière. Grâce à notre rating A, nous figurons dans le 10% du peloton de tête des entreprises au niveau mondial. Le nombre record de nouvelles plates-formes de véhicules que nous avons enregistré est le salaire de notre solidité. Une question cependant nous préoccupe: comment croître dans les pays qui ne fabriquent des voitures que depuis peu? En Europe, nous allons certainement maintenir notre position sur le marché. Mais l'Inde, le Brésil et la Chine constituent nos plus gros défis. Là, nous devons nous accrocher.

La voiture du futur sera électrique ou hybride, ce qui présuppose des techniques de construction légère. Quel peut être l'apport de Sika dans ce domaine?

Grâce à nos techniques de collage, nous serons massivement présents dans le marché automobile du futur. Mais cela vaut également pour les véhicules conventionnels: en Chine et en Inde, les voitures doivent être fabriquées à des coûts moindres qu'ailleurs. C'est pourquoi, ces pays choisissent des solutions moins chères que ne le font les groupes automobiles européens et américains.

Est-ce que vous considérez la possibilité de donner à Sika un profil public clair pour les investisseurs potentiels?

C'est une entreprise difficile. Quand on rend un profil plus clair, il devient aussi plus apte à la formule concise, plus tapageur et moins fidèle à la situation. Et cela n'a jamais été le style de notre entreprise. Nous avons toujours pris la réalité en considération, et la réalité est bien plus complexe qu'un slogan. Du point de vue de nos clients tout au moins, nous n'avons pas de problème de ce point de vue. Sinon, ces trois dernières années, nous ne serions jamais devenus la troisième plus grande entreprise du secteur de la chimie de construction au monde. ▲  SIK

QUESTION CLÉ

Quelles sont les raisons de miser sur l'action Sika?

ERNST BÄRTSCH: Sika continuera sans aucun doute à croître. J'en suis fermement convaincu. Les technologies que nous représentons ne sont pas encore utilisées partout dans le monde. Ainsi, en termes de marché, notre potentiel de pénétration reste élevé. Au niveau géographique, il existe des continents entiers qui ont besoin de béton, mais qui ne se fournissent pas encore chez Sika, ni chez nos concurrents. Ces dix prochaines années, cinq pays au moins figureront dans le top ten des pays les plus riches du monde, et dans lesquels nous n'avons pas encore posé un seul pied. Partout dans ces pays, on construira des infrastructures et des bâtiments. Là, réside pour nous un potentiel de croissance durant des années encore et la croissance est à long terme le garant le plus sûr d'une augmentation du cours de l'action.





AP Photo/Axel Höglin

Pour le luxueux paquebot «Queen Mary 2», le groupe helvétique a développé un matériau permettant d'amortir les vibrations, dont on a recouvert les sols.

ANALYSES

ET CONSEILS POUR INVESTISSEURS

«IL FAUT AVOIR LE COURAGE DE NAGER À CONTRE-COURANT.»

10 questions à



Gregor Johnner,
partenaire de Better Value
(BEVAG) à Zurich, société
spécialisée dans la gestion de
fortune et l'analyse de fonds.

1. Quel a été votre premier investissement?

Durant mes études, au début des années 1980, j'ai acheté des actions IBM. Etant donné qu'à l'époque les Bourses se trouvaient sur une pente ascendante, j'ai réalisé un beau bénéfice.

2. Comment prenez-vous vos décisions d'investissement? Avec le ventre ou avec la tête?

J'essaie d'agir de la manière la plus rationnelle possible. Mais je ne crains pas, à certaines occasions, les décisions plus émotionnelles, ou intuitives.

3. Un investissement qui vous a empêché de dormir?

Aucun. Et si c'était le cas, je m'en débarrasserais au profit d'un meilleur sommeil.

4. Votre plus grand succès?

J'investis exclusivement dans des placements collectifs très diversifiés, principalement des fonds. Car, ce faisant, c'est la réussite de ma stratégie globale d'investissement qui se trouve au premier plan, reléguant à l'arrière-fond le succès de chaque produit pris individuellement.

5. Comment reconnaissez-vous les bonnes opportunités?

Elles découlent des gros retournements de tendance sur les marchés des actions. Là, l'investisseur doit avoir le courage de nager à contre-courant.

6. A partir de quel moment la prudence est-elle de mise?

Dès que la presse de boulevard commence à remplir des pages entières sur l'excellente santé des marchés boursiers, la plus grande prudence s'impose.

7. Votre recette anti-stress?

N'investir que de l'argent dont je n'aurai pas besoin avant longtemps, et le placer de manière très diversifiée.

8. Votre règle d'or?

L'investisseur doit prendre suffisamment de temps pour définir son profil et prêter beaucoup d'attention à ce processus. Lorsque sa propre acceptation du risque et sa propre capacité à prendre des risques sont connues, les mauvaises surprises pourront être évitées.

9. La plus grosse erreur que puisse commettre un investisseur?

Mettre tous ses œufs dans le même panier.

10. Où voyez-vous actuellement le meilleur potentiel d'investissement?

A long terme, les actions offrent aujourd'hui le plus grand potentiel. Mais également les plus gros risques.▲

Les actions plutôt que les obligations

Les perspectives pour 2010 se dessinent en demi-teinte. Sur le plan macroéconomique, trois secteurs restent problématiques: les banques, qui n'ont toujours pas nettoyé leurs bilans, l'immobilier, commercial surtout, qui ne se maintient que parce que les taux sont bas, et enfin la consommation qui ne reprend pas véritablement. Cependant, grâce aux programmes de relance, le malade (l'économie) fait quelques progrès, bien qu'il reste sous respiration artificielle. Mais les Etats ont les moyens de le soutenir le temps qu'il faudra pour que la reprise soit autonome. C'est pourquoi l'investisseur peut rester optimiste pour 2010, même si à plus long terme se pose la question de l'absorption des déficits étatiques.

Dans ce contexte, les obligations risquent d'être peu rémunératrices et de baisser en cas de remontée des taux. En revanche, certaines actions possèdent un vrai poten-

tiel de hausse, notamment dans les secteurs des technologies vertes, par exemple Veolia (VE) et des grandes multinationales. Comme Henkel (HEN), qui possède des marques fortes avec des produits d'usage courant. J'aime bien les pays émergents, mais je préfère les jouer au travers d'entreprises européennes pour réduire le risque, quitte à y laisser un peu de performance. Je conseillerais plutôt d'acheter une Nestlé (NESN), leader mondial bien implanté en Chine et au Brésil, qu'une entreprise locale.

Je regarde le dollar de près. S'il remonte, il sera intéressant de se positionner sur les matières premières qui auront probablement corrigé entre-temps en conséquence. Sur le long terme, leur raréfaction est inéluctable et elles ont leur place dans une allocation de portefeuille. Attention toutefois, car ce sont des investissements très réactifs.

Mieux vaut les jouer au travers d'un fonds diversifié et capable de procéder rapidement à des réallocations, comme Carmignac Commodities ou BBGI Commodities.

Mon conseil: nous traverserons une période difficile, incertaine, avec des marchés volatils. L'investisseur doit donc garder une vision à long terme, et ne pas se décourager s'il y a des corrections, car il y aura des hausses aussi. Donc, je recommande de mener une gestion active et ciblée. Elle performera mieux qu'une gestion indicielle dans cet environnement volatil. Autre solution: investir en actions en se couvrant. Ce que fait très bien Merian European Equities Fund, géré par une équipe basée à Londres.▲



Philippe Szokoloczy-Syllaba, fondateur de My Global Advisor Wealth Management, à Genève.

Un portefeuille équilibré

En 2009, l'abondance des liquidités à disposition et l'espoir que le pire était passé ont donné un coup de fouet aux marchés financiers. Mais attention aux déceptions, car il ne subsiste que peu d'impulsions pour maintenir en marche le moteur de l'économie après cette normalisation. Les mesures étatiques de soutien à l'économie se maintiendront en 2010. Et il faudra s'attendre à des rendements globaux modérés pour les mois à venir.

Les marchés des actions vont probablement poursuivre sur leur lancée jusqu'à la fin du premier semestre. Une croissance modérée du volume des transactions, couplée avec un léger redressement des marges, devrait avoir un impact positif sur les actions. Dans ce contexte, un portefeuille équilibré fait sens en 2010. Nous conseillons de mélanger des titres résistants aux soubresauts conjoncturels, comme Roche (RO), Nestlé (NESN) ou Synnenta (SYNN), avec des

actions cycliques solides comme Swatch (UHR), Geberit (GEBN) et Adecco (ADEN). Le tout peut être agrémenté de perles comme Swisscom (SCMN), à conserver, 5,3% de rendement sur dividende. Et des valeurs financières sélectives comme Credit Suisse (CS), avec 4% de rendement sur dividende espéré; ou Zurich Financial Services (ZURN), avec 6%.

En revanche, le marché des obligations ne représente guère une

alternative, du fait de la plongée des taux d'intérêt. Les investisseurs devraient donc se tourner exclusivement vers les actions avec des dividendes élevés et solides. Sur le marché des obligations, seuls les emprunts à hauts rendements ou «high-yield» et ceux des banques les plus solides semblent attrayants.▲



Christian Gattiker-Ericsson, responsable de la recherche, Banque Julius Baer, à Zurich.

Qualité et croissance

Pour 2010, nous attendons une accélération des attributions de marchés par les gouvernements. Car une partie importante des programmes conjoncturels, qui pèsent des milliards, n'a pas encore atteint le marché. Mais cela va changer et ces programmes devraient donner des ailes à l'économie en 2010 également. Ce sont avant tout les entreprises actives dans les biens d'équipement qui profiteront de la manne étatique. Parmi les blue chips helvétiques, on peut mentionner Holcim (HOLN) et ABB (ABBN).

Il existe une autre opportunité d'investissement, que je résumerai sous le titre de «Quality Growth». 2010 sera l'année du «stock picking». Nous entrons dans une période de forte différenciation du marché, alors que durant la phase de reprise de l'année

dernière, peut importe quel titre l'investisseur achetait. L'essentiel était de participer.

Dorénavant, il faudra se poser les bonnes questions: quelles sont les entreprises les mieux positionnées? Leur bilan est-il solide? Quelles sont les perspectives du marché? En outre, il faudra dénicher les actions qui allient qualité et croissance. ABB (ABBN) en est un bon exemple. Dans le secteur des moyennes capitalisations, des titres comme Geberit (GEBN), Swatch (UHR) et Richemont (CFR) tireront profit de l'augmentation du pouvoir d'achat en Asie. Le consommateur asiatique vient toujours plus au premier plan. Jusqu'à récemment, on parlait surtout d'infrastructure et de production. Avec la croissance des économies locales, l'Extrême-Orient achète

de plus en plus de biens de consommation. De plus, les consommateurs asiatiques sont très sensibles aux marques et au prestige.

L'attention de l'investisseur devrait se fixer sur des titres avec des rendements sur dividendes élevés, comme Swisscom (SCMN) ou Novartis (NOVN). Toutefois, ce qui est décisif, c'est que ces entreprises continuent à distribuer de bons dividendes pour les années à venir. Car une telle stabilité n'offre pas seulement des rendements intéressants, mais représente également un signe de bonne santé du bilan. ▲



Ralf Rybarczyk, gestionnaire de fonds en actions, DWS Investments Suisse, à Zurich.

Investir dans l'énergie du futur

Depuis des mois déjà, les réseaux intelligents ou «smart grids» font les gros titres. Ce terme désigne une technique moderne de régulation et de distribution intelligente du courant électrique, avec des coûts plus bas et avec une plus grande fiabilité de la distribution. Les raisons de cette modernisation du réseau sont simples. Les réseaux actuels sont désespérément vieillots – aux Etats-Unis comme en Europe.

Une grande partie de l'énergie électrique se perd déjà pendant son transport. De même les énergies alternatives ne peuvent pas être intégrées efficacement dans le réseau actuel et les utilisateurs n'ont pas la possibilité de contrôler leur propre consommation d'électricité en temps réel.

La modernisation du système de distribution de l'électricité résoudrait dans une grande mesure ces problèmes et contribuerait à une baisse des prix et à la protection de l'environnement.

Une mise en place généralisée des réseaux intelligents coûtera des milliards. Le gouvernement américain a lancé un programme conjoncturel pour la modernisation de l'ensemble du système de distribution du courant électrique avec des investissements pour un montant de 3,4 milliards de dollars. Des investissements encore plus importants sont attendus du côté de l'économie privée. Itron (ITRI), qui fabrique des compteurs évolués ou «smart meters», permettant à l'utilisateur de suivre sa consommation électrique en temps

réel, est une des entreprises les plus prometteuses dans le domaine des réseaux intelligents.

L'entreprise américaine Quanta Services (PWR,U), qui offre des solutions en réseau pour l'électricité, le gaz et les télécommunications, est également intéressante. A côté des entreprises spécialisées, les géants informatiques et technologiques comme Cisco (CSCO) engagent d'énormes investissements dans cette branche en croissance. Dans ce secteur, les produits structurés offrent aussi des opportunités d'investissement attrayantes. ▲



Eric Blattmann, responsable du département distribution publique, produits financiers, Banque Vontobel, à Zurich.

Capital humain et évolution des cours

«Les ressources humaines sont la principale richesse de notre entreprise.» Les managers adorent répéter cette phrase. La réalité a toutefois un autre visage. Dès lors que l'économie entre dans des temps difficiles, les priorités s'inversent. Les «précieuses ressources» se muent brutalement en coûts impitoyablement biffés au feutre rouge.

Ce revirement d'attitude à l'égard du capital humain est contre-productif. A long terme, un développement systématique des ressources humaines (RH) est capital pour une entreprise. Cela n'est pas une affirmation motivée par des convictions sociopolitiques, mais le résultat de nos propres recherches. Chaque année, SAM analyse 1200 entreprises sous l'angle de leur contribution au développement durable.

Cette analyse se concentre sur des questions rarement évoquées dans l'analyse financière traditionnelle, mais qui influencent

pourtant la performance d'une entreprise et sa validité à long terme. Les questions touchant au développement des RH jouent ainsi également un rôle important dans notre évaluation annuelle.

Aux Pays-Bas, l'Université Erasmus a mené toute une étude en se basant sur nos données. Résultat: il existe un lien statistiquement significatif entre la qualité de la gestion des RH d'une entreprise – c'est-à-dire la manière dont elle développe systématiquement son capital humain par le biais de la formation continue des collaborateurs et en se basant sur une analyse détaillée de ses besoins en compétences – et la productivité, la rentabilité et la valeur boursière de cette même entreprise. Les entreprises qui gèrent particulièrement bien leurs RH se rencontrent dans tous les secteurs d'activité, et elles s'en sortent mieux que leurs concurrentes durant les phases de turbulences conjoncturelles.

Selon notre enquête, le spécialiste de la logistique TNT (TNT), le producteur de semi-conducteurs Intel (INTC) et le fabricant de composants électroniques pour l'industrie automobile Denso (6902) se distinguent par une politique du personnel particulièrement durable. De telles entreprises entretiennent un climat de travail qui favorise la créativité, la productivité et l'innovation, ce qui représente un avantage concurrentiel décisif.

Les investisseurs feraient bien, par conséquent, de prendre en compte dans leur calcul la stratégie RH des sociétés. Car une politique du personnel durable est tout bénéfice pour l'entreprise comme pour les investisseurs. ▀



Stephanie Feigt,
membre du comité exécutif,
SAM, à Zurich, société
de gestion de fortune
globale spécialisée dans
l'investissement durable.

L'entreprise TNT se distingue par son approche durable des ressources humaines. Ici, un coursier de TNT livre le courrier à Haarlem, aux Pays-Bas.



REUTERS

Energies renouvelables et matières premières: les secteurs clés de 2010



Alain Freymond est stratège et associé chez BBGI Group à Genève, société indépendante de gestion de patrimoine privé et institutionnel. Il s'exprime sur les perspectives de l'année à venir.

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶ Quelle classe d'actifs pouvez-vous recommander pour cette année?

ALAIN FREYMOND ▶ Nous sommes optimistes sur les placements orientés vers les matières premières et l'énergie. Les matières premières ont une demande plus ou moins inélastique et représentent une source de performance non négligeable. D'un point de vue historique, elles devraient entrer dans une phase de hausse durable. C'est, d'après nos analyses, la classe d'actifs qui devrait le mieux performer en 2010, profitant d'une croissance mondiale modérée mais positive. Nous sommes également très positifs sur les énergies alternatives, qui sont loin d'avoir épuisé leur potentiel. C'est l'un des rares secteurs dont la croissance des bénéfices pourra dépasser les +20% par an dans les cinq prochaines années.

Pourquoi ce choix particulièrement?

Il y a une prise de conscience indéniable qu'il faut développer des alternatives face aux énergies fossiles. La hausse des prix des énergies traditionnelles rend attractives les énergies alternatives. Ce n'est pas un hasard si la majorité des plans de soutien des pays développés, y compris de la Suisse, possèdent parmi leurs priorités les investissements dans les énergies renouvelables. Les gouvernements européens, lassés de leur dépendance énergétique, pourraient investir massivement dans des énergies alternatives.

Qu'en est-il du marché des actions?

Nous pensons qu'il faut rester prudent sur les marchés actions. Même si les investisseurs ont renoué avec le goût du risque depuis mars 2009, la hausse actuelle des titres va au-delà du potentiel réel de l'économie et reste tirée par les plans de relance gouvernementaux. Elle ne semble pas justifiée par les fondamentaux.

«La hausse des prix des énergies traditionnelles rend attractives les énergies alternatives.»

Pourriez-vous préciser ces fondamentaux?

Lorsque les plans de relance s'arrêteront, rien ne garantit que les économies disposent des forces internes nécessaires pour poursuivre sur cette lancée. On observe un tassement de la consommation, les entreprises préfèrent différer leurs achats de biens d'équipement et, par conséquent, les économies tournent au ralenti. En Suisse, par exemple, le chômage partiel est en train de muer en chômage véritable. Dans ce contexte, malgré la hausse récente des marchés, les actions restent très fragiles.

Et les obligations?

Elles ne performeront pas vraiment, compte tenu de l'apparition

de nouveaux risques de crédit et d'anticipations inflationnistes. On peut envisager que les investisseurs se détournent des obligations et des actions pour se protéger des risques encourus dans un marché trop volatil. Ils se réorienteront probablement sur l'or ou le pétrole, qui vont poursuivre leur mouvement à la hausse.

Quels sont les titres que vous préconisez?

Dans le secteur des énergies renouvelables, je citerais GS Yuasa [6674], Japan Wind Development [2766], Quantum Fuel Systems [QTWW]. Pour les matières premières: Agnico Eagle [AEM,U], Lihir Gold [LIHR], Astra Agro [ASX] et enfin Cameco [CCO].

Et votre conseil aux investisseurs pour 2010?

Se montrer proactif et flexible sera primordial dans un contexte de volatilité accrue. Le «buy and hold» n'est plus viable dans un tel environnement. Les investisseurs devront surveiller l'évolution de leur allocation d'actifs, le comportement de chaque titre, de chaque devise, consulter régulièrement les marchés, pour être à même de réagir rapidement et efficacement aux événements. ▲

Propos recueillis par Fabienne Bogadi

Pourquoi Cameco?

Cameco [CCO] est l'un des plus grands producteurs mondiaux d'uranium, représentant environ 15% de la production mondiale en 2009 et probablement 200'000 tonnes de réserves de minerai. Les centrales nucléaires génèrent environ 15% de l'électricité dans le monde et devraient voir cette proportion augmenter dans les années à venir. Le prix de l'uranium s'est stabilisé depuis un an et devrait reprendre le chemin de la hausse en 2010.



Les actions Swatch (ici en Chine) et Holcim (en Amérique du Sud) sont recommandées par Eleanor Taylor-Jolidon.

«Je privilégie les sociétés tournées vers la Chine et le Brésil.»

En 2010, l'investisseur doit se montrer plus méticuleux que jamais. Il ne peut plus se contenter d'acheter des indices les yeux fermés. Il lui faut, au contraire, suivre chaque société de près, en fonction de son évolution propre: qui est court sur le cycle, ou au contraire long? Qui a un carnet de commandes bien rempli? Qui encourt un risque concurrentiel important sur son marché? A l'intérieur d'un même secteur, les différences peuvent être immenses.

Le grand atout des entreprises suisses est qu'elles ont su se montrer très présentes sur les marchés émergents, et ce très tôt. Aujourd'hui, elles y sont fortement implantées avec d'excellentes perspectives. Je privilégie les sociétés tournées vers la Chine et le Brésil, comme Swatch (UHR), Sika (SIK) ou Holcim (HOLN). Les sociétés dépendantes de l'Europe de l'Est, à l'exemple

de Bucher Industries (BUCN), sont par contre à éviter. Deuxième atout des entreprises helvétiques: elles ont su se développer dans des marchés de niche, très techniques, dont leurs concurrents ont beaucoup de peine à les déloger. C'est leur grande force. Ma favorite est Sonova (SOON), numéro 2 mondial et leader technologique dans les appareils auditifs.

«Les entreprises helvétiques ont su se développer dans des marchés de niche, très techniques.»

Les sociétés parmi les plus recommandables sont celles qui ont su entrer en récession avec des bilans très solides, comme Geberit (GEBN) qui n'a pas eu à réduire ses capacités de produc-

tion. Ce spécialiste des techniques sanitaires est donc prêt à repartir à la conquête des marchés en cas de reprise.

Dans le secteur financier, je suis très optimiste pour les perspectives de private equity, pour autant qu'il y ait une reprise importante des investissements. Dans ce contexte, je me positionnerais sur Partners Group (PGHN). Je crois aussi au secteur des assurances qui ont su assainir leur portefeuille d'investissement en 2008, à l'instar de Swiss Re (RUKN). En revanche, je suis plus prudente en ce qui concerne des sociétés, comme Nestlé (NESN), Valora (VALN) ou Lindt (LISN), très dépendantes d'un climat de consommation courante, toujours aussi morose.▲



Eleanor Taylor-Jolidon, gestionnaire de portefeuilles actions suisses à l'Union Bancaire Privée, à Genève.

BURBERRY, SES FANS ET SON RÉSEAU SOCIAL

Encouragée par le succès de sa page Facebook, la célèbre marque au chevalier lance son propre réseau social. Objectif: faire parler d'elle et poursuivre la campagne de rajeunissement entamée par son directeur de la création, Christopher Bailey.

Par Fabienne Bogadi Photos: Artofthetrench.com



Voguant entre classicisme, modernité et vintage, entre images insolentes et postures sages, entre raffinement et culture populaire, le nouveau réseau social de Burberry, Artofthetrench.com, entend fédérer les aficionados de la marque. Le principe de cette plate-forme numérique, lancée en novembre 2009, est de mettre en ligne des photographies de passants portant le célèbre trench-coat dans les rues des villes du monde entier. L'idée, derrière le principe, est de créer une nouvelle vitrine pour la marque. De faire parler d'elle le plus loin possible.

Ce réseau social est directement inspiré du site The Sartorialist du New-Yorkais Scott Schuman, qui dès 2005 s'est mis à photo-

graphier l'homme et la femme de la rue, choisis pour leur style vestimentaire. Directement, parce que le directeur général de la création de Burberry, Christopher Bailey, s'est associé avec le photographe américain, qui a réalisé les premières images d'Artofthetrench.com. Des personnages minces et beaux, jeunes le plus souvent, stylés, captés dans leur quotidien. Ils marchent, ils courent, ils fixent droit l'objectif ou rêvent d'ailleurs. Avec toujours, comme lien entre eux, le manteau de pluie, bleu, beige ou noir. Dans un deuxième temps, d'autres créateurs d'images connus seront invités à participer.

Des artistes célèbres, mais pas seulement. L'homme ou la femme



de la rue, vous ou moi, chacun peut envoyer ses propres photos, qui seront publiées après avoir été approuvées par Christopher Bailey. «Chaque individu vit une histoire particulière avec son trench, a-t-il déclaré à l'occasion du lancement du site, et j'adore l'idée que tous ces gens à travers le monde puissent partager leurs histoires.» En outre, les internautes, membres du réseau, ont la possibilité de poster des commentaires et de partager les photos du site sur d'autres réseaux. Minimaliste, mais efficace.

Une stratégie offensive

L'équipe dirigeante de la marque a pris peu de risques. En effet, la première tentative de Burberry sur les réseaux sociaux avait provoqué un véritable raz-de-marée. Sa page de Facebook a réuni plus de 700'000 fans. Des fans qui sont autant de clients potentiels à entretenir et à cultiver. D'ailleurs, si l'on en croit les premiers pointages de la marque, le succès d'Artofthetrench.com est à la mesure de ses ambitions: trois semaines après son lancement, le site avait comptabilisé quelque 200'000 visiteurs dans 174 pays, avec des temps de consultation dépassant cinq minutes. «C'est long, et



c'est très bon signe pour nous», affirme une collaboratrice de Christopher Bailey.

Artofthetrench.com est un élément parmi d'autres qui forment la stratégie globale de la marque sur internet. Depuis longtemps déjà, outre sa présence sur Facebook, Burberry retransmet ses défilés de mode sur le web. Elle a ouvert une boutique internationale en ligne et équipé ses magasins d'un système informatique afin que le vendeur puisse commander pour son client qui ne trouve pas son bonheur dans l'arcade elle-même, vêtements et accessoires, à distance. Une structure complète qui lui permet



d'être présente aussi bien dans l'univers du virtuel que dans le monde réel. Le monde réel? En novembre 2009, la marque de luxe britannique a annoncé sa volonté de renforcer sa présence en Chine, où elle bénéficie d'une croissance à deux chiffres de ses ventes. Elle veut faire passer le nombre de ses magasins dans ce pays de 44 actuellement à plus de 100 d'ici aux prochaines années. Elle espère ainsi contrecarrer le recul de son chiffre d'affaires. En effet, entre avril et novembre 2009, Burberry a enregistré une diminution de 19,6% de ses bénéfices bruts (lire encadré p. 37).

En termes d'image et de réputation, rien ne semble résister à Christopher Bailey. Le 10 décem-



Christopher Bailey, directeur de la création chez Burberry.

«La culture blog est devenue une esthétique à part entière.»

bre 2009, il a remporté le Prix du designer de l'année lors des British Fashion Awards 2009. De plus, Burberry a été couronnée «marque de l'année» à l'occasion des ACE Awards (Accessories Council Excellence) le 2 novembre 2009 à New York. Ce prix récompense chaque année des marques créatives en matière d'accessoires, et qui ont un impact positif sur l'industrie.

Les carreaux dans la doublure
«Christopher Bailey a donné une visibilité à la marque, une reconnaissance, explique Bertrand Maréchal, professeur design et mode à la haute école HEAD de Genève. Le trench est aussi bien porté aujourd'hui par la reine d'Angleterre que par Kate Moss. Ce qui était à l'origine une



capote de l'armée est devenu un vêtement culte que tout le monde s'est approprié.» Lorsque Christopher Bailey a pris la direction artistique du groupe britannique, la bourgeoisie classique ne s'identifiait plus au fameux motif quadrillé et se détournait de la marque. Au même moment, dans les banlieues, les amateurs de rap commençaient à se réapproprier les carreaux Burberry, souvent contrefaits. «Le coup de génie de Christopher Bailey a été de remettre l'imperméable en avant et de renvoyer les carreaux dans la doublure, à l'intérieur, présents mais peu visibles. Du coup, la marque est redevenue un symbole de classicisme pur, d'aristocratie, sauf que moderne et légèrement décalée», poursuit Bertrand Maréchal.



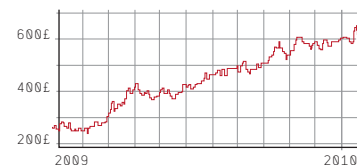
Dans ce contexte offensif, le site Artofthetrench.com est-il un vrai réseau social ou un simple outil de buzz, de marketing? «On n'y retrouve pas ce que l'on cherche normalement dans un réseau social, explique Stéphane Koch, conseiller en gestion stratégique de l'information, à Genève. L'idée d'un site participatif, c'est quand même de donner pour recevoir. Et dans le cas de cette plate-forme, je n'ai pas compris ce qu'elle offrait à celui qui y participe.» Mis à part, peut-être, la fierté d'avoir été sélectionné par Christopher Bailey. Car selon Stéphane Koch,

l'internaute doit faire tout le travail lui-même, se prendre en photo, formater l'image au bon format et la mettre en ligne, pour un résultat qui n'est guère à son avantage. «Il se retrouve au milieu de gens très beaux et bien photographiés. Un contexte qui ne peut que lui donner un air bizarre, accentuer ses propres défauts. En outre, il n'y a pas de vraie communication entre les membres. Certes, chaque participant peut poster un commentaire sur les photos, ou recommander le site plus loin, sur Twitter ou sur Facebook, mais il n'a aucune possibilité de se montrer critique envers la marque.» Bref, Stéphane Koch définirait Artofthetrench.com comme une plate-forme publicitaire, plutôt que comme un réseau social.

Une mode contemporaine

Reste que pour une marque de luxe comme Burberry, il est toujours bon de faire parler de soi, d'évoluer avec la société, avec ses pratiques et ses mœurs. «La culture blog est devenue une esthétique à part entière, conclut Bertrand Maréchal. Et ce serait peu réaliste, et très rabat-joie de penser qu'une telle initiative est secondaire. Elle est le reflet d'une mode contemporaine, à consommer instantanément.»  **BRBY**

Un titre qui a le vent dans le dos



Après une chute spectaculaire au plus fort de la crise financière, l'action Burberry s'est reprise de manière tout aussi spectaculaire dans le courant de 2009.

Lors du Cercle des gérants à Paris, à la fin 2009, Philippe Lecoq, responsable de la gestion actions européennes chez Edmond de Rothschild Asset Management à Paris, a cité Burberry parmi ses actions préférées. En effet, elle permet de jouer la faiblesse de la livre.

De plus, le groupe devrait structurellement augmenter ses marges. Son talon d'Achille, a-t-il pourtant précisé, est son manque de développement dans les pays émergents. La marque de luxe va y remédier ces prochaines années avec l'expansion qu'il projette de réaliser en Chine.



Burberry en chiffres

Fondée en 1856, la marque Burberry est établie à Londres et cotée au London Stock Exchange. Actuellement, elle surpasse les performances de plus de la moitié des entreprises du FTSE 100. Pour l'année fiscale clôturée au 31 mars 2009, Burberry a réalisé un chiffre d'affaires global de 1,2 milliard de livres (2 milliards de francs), en hausse de 600 millions de livres depuis l'arrivée à sa

tête d'Angela Ahrendts et son association avec Christopher Bailey en 2001. Cependant, au cours des six mois allant d'avril à septembre 2009, Burberry a admis une baisse de 19,6% de ses bénéfices bruts, de 97 millions de livres à 78 millions de livres. Ses recettes ont néanmoins totalisé une croissance de 6% pour atteindre 572 millions de livres, dont 10% proviennent des marchés émergents. Au

cours de cette période, la vente au détail a représenté 54% du total des recettes, contre 45% l'année précédente.

Le groupe Burberry emploie 6'000 collaborateurs et possède aujourd'hui 122 boutiques propres, 255 concessions et 90 magasins franchisés à travers le monde. Il veut augmenter de 10% par an les recettes de ses ventes au détail.



RÉSEAUX SOCIAUX: comment les entreprises en tirent parti

Les plates-formes telles que Facebook et Twitter révolutionnent la stratégie des grandes compagnies, toujours plus nombreuses à s'immerger dans ces réseaux pour communiquer. A la clé, des répercussions spectaculaires en termes d'image. Tout bénéfice pour les affaires.

Par Ludovic Chappex





Bryan Partington

Quand Rolex a lancé sa dernière campagne de pub avec Roger Federer, ce n'est pas à la télévision ou dans la presse écrite qu'une partie du public a pu la découvrir en primeur. Pas même sur le site internet de l'horloger suisse. Non, c'est bien sur Facebook, roi des réseaux sociaux, que le spot a été diffusé en avant-première, envoyé par Federer lui-même à ses 3 millions de «fans» virtuels.

«C'est Roger Federer en personne qui demande à ses fans d'aller voir la publicité: imaginez l'impact psychologique d'une telle campagne! Le fait de pouvoir at-

teindre sa cible aussi facilement et avec autant de précision vaut de l'or», fait remarquer David Sadigh, directeur de la société IC-Agency, spécialisée dans le marketing online.

C'est Roger Federer en personne qui a demandé à ses fans d'aller voir la publicité.

Les nouvelles plates-formes communautaires, loin de ne constituer qu'un simple gadget,

stimulent et bouleversent le marketing des entreprises. Comment les grandes marques pourraient-elles aujourd'hui ignorer Facebook, en particulier, dont le nombre d'utilisateurs a déjà dépassé les 400 millions – pour l'essentiel aux Etats-Unis et en Europe? «L'utilisation de ces médias par les entreprises constitue la prochaine révolution du Net, estime Sebastian Ulbrich, chercheur à la Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) et spécialiste des réseaux sociaux. C'est une tendance généralisée.»

Les grandes compagnies n'ont pas le choix. «Il faut toucher le public là où il se trouve, souligne David Sadigh, or on observe un déplacement très rapide des médias traditionnels vers les réseaux sociaux, accessibles à tout instant grâce aux appareils mobiles (iPhone, laptops, Blackberry, etc.), et cette tendance s'accélère sans cesse.»

Les grandes entreprises cherchent naturellement à occuper le terrain. Certaines choisissent même de lancer leur propre

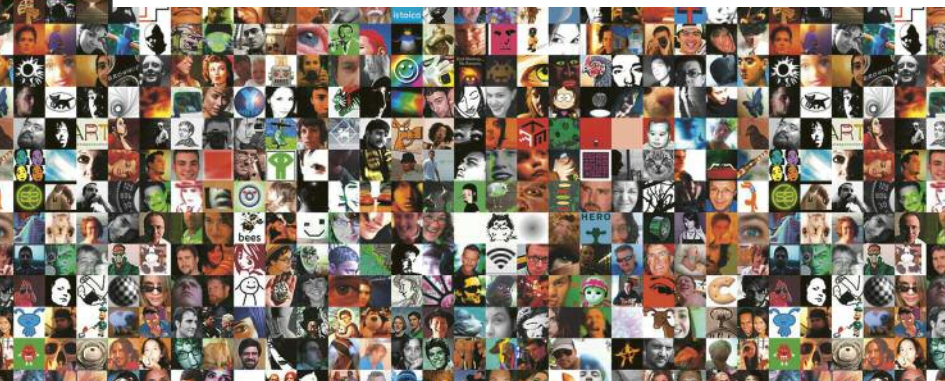




plate-forme interactive, à l'instar de Burberry (lire l'article en p. 36), Cartier ou Mercedes. Mais la majorité des marques préfèrent exploiter le potentiel et la notoriété des réseaux existants pour fédérer les consommateurs-fans autour de leur identité et produits.

Souvent, l'initiative émane des fans et non de la marque elle-même. Parmi les exemples célèbres, on citera le cas de Coca-Cola, dont la page Facebook a d'abord été lancée par deux inconditionnels de la boisson gazeuse, avant que la multinationale ne reprenne la main en

engageant les deux intéressés comme modérateurs. «Pour une marque, le simple fait d'écouter ce qui se dit sur elle à travers les réseaux sociaux – sans chercher forcément à publier du contenu – constitue déjà une mine d'informations pour les gens du marketing, souligne à ce propos Jim Pulcrano, professeur à l'IMD. Les réseaux sociaux fonctionnent comme des thermomètres de tendances en temps réel; ils remplacent avantageusement les études de marché et tests de consommateurs.»

Propos largement corroborés par Cyril Lamblard, international

internet manager chez Nespresso: «Les réseaux sociaux sont devenus pour nous un outil extrêmement important. Ils nous permettent de capter instantanément les attentes, désirs ou préoccupations de nos clients, mais aussi bien sûr d'y répondre. Aujourd'hui, nous traitons les commentaires déposés sur Twitter ou Facebook de la même manière qu'un e-mail ou un appel téléphonique.» Mais l'atout commercial des réseaux sociaux va bien au-delà du service à la clientèle, comme l'explique Cyril Lamblard: «Ces plates-formes représentent un vecteur d'image exceptionnel, idéal pour amplifier la puissance de nos programmes de communication.» Par exemple, en offrant la possibilité d'organiser des concours ou des tirages au sort (lire encadrés ci-contre).

Dans un registre similaire, la compagnie easyJet propose à ses fans sur Facebook de gagner des billets gratuits en postant leurs plus belles photos de vol. Le fabricant d'ordinateurs Dell va encore plus loin dans l'expérimentation: il offre des



articles soldés accessibles exclusivement sur son flux Twitter. L'américain a annoncé cet automne que le volume des ventes via ce canal avait dépassé les 7 millions de dollars. Au-delà des répercussions comptables immédiates, les réseaux sociaux permettent aux marques, à tout le moins, d'accroître leur notoriété et leur cote d'amour. ▀

L'âme de Hublot

L'horloger Hublot constitue un cas d'école, du fait de l'implication personnelle de son patron Jean-Claude Biver, qui déclare passer plus de trois heures par jour sur les différents réseaux sociaux pour maintenir le buzz autour de sa marque. Résultat: l'audience Facebook de l'entreprise explose. Sur un an, elle affiche une croissance de 2'500% avec plus de 50'000 fans actuellement*. «J'estime qu'au moins 50% de notre notoriété mondiale est aujourd'hui due aux réseaux sociaux, affirme Jean-Claude Biver. Sans ce type de marketing, notre marque n'aurait jamais pu s'imposer aussi vite. L'interaction avec le public insufflé une âme phénoménale et booste de façon tout à fait évidente la marche de nos affaires.»

*Watch Brand Fan Pages on Facebook. Number of Fans in December 2009, and its year-to-year increase (%).

Nespresso: le buzz



La dernière campagne de pub de Nespresso avec George Clooney, diffusée depuis le début novembre à la TV, a profité du buzz préalablement généré et entretenu durant l'été par Nespresso sur Facebook et Twitter. Des jeux-concours permettaient aux intervenants de gagner des prix, tels qu'un séjour au Festival de Cannes.

Plus récemment, comme lors de la conférence LeWeb09 sur les nouvelles technologies, la multinationale a mis au concours des centaines de machines à café: pour prendre part au tirage au sort, il suffisait aux participants de partager sur Twitter un message ou un lien internet contenant les mots «LeWeb» et «Nespresso».

DOSSIER CLEANTECH

DE NOMBREUSES TECHNOLOGIES PERMETTENT
DE RÉDUIRE LA CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE,
LA POLLUTION ET LE GASPILLAGE.

CE DOSSIER FAIT LE POINT SUR LES ENTREPRISES
ET LES MARCHÉS LES PLUS PROMETTEURS.





ÉOLIEN P.46



SOLAIRE P.48



EFFICIENCE ÉNERGÉTIQUE P.54



Tan Berry / Magnum

GESTION DES DÉCHETS	P.45
GÉOTHERMIE	P.45
NUCLÉAIRE	P.54
MOBILITÉ	P.55

MEYER BURGER	P.49
OERLIKON SOLAR	P.52

L'essor annoncé des cleantech

Suite à la crise économique, les technologies propres ont connu des moments difficiles en 2009. Mais les experts se montrent optimistes et prévoient une croissance importante dans les décennies à venir.

Par Geneviève Ruiz et Bertrand Beauté

«2011 et 2012 seront les grandes années du secteur de l'environnement, avec une croissance très importante.» Nicolas Rochon, qui analyse le secteur de l'environnement depuis cinq ans au sein de la Financière de Champlain à Paris, se montre particulièrement optimiste: «Après une année 2009 terrible, marquée par une baisse des financements, ma conviction est qu'à partir du second semestre de 2010, le secteur va renouer avec la croissance.»

Un avis partagé par Eckhard Plinke, directeur de la recherche durable à la banque Sarasin à Bâle: «Le marché des énergies durables va forcément renouer avec la croissance en 2010. Les principaux facteurs à l'origine du développement des technologies vertes sont toujours à l'œuvre: la hausse inéluctable du prix des énergies fossiles ainsi que leur épuisement, la volonté des pays occidentaux de réduire leur dépendance énergétique, ainsi que le changement climatique.»

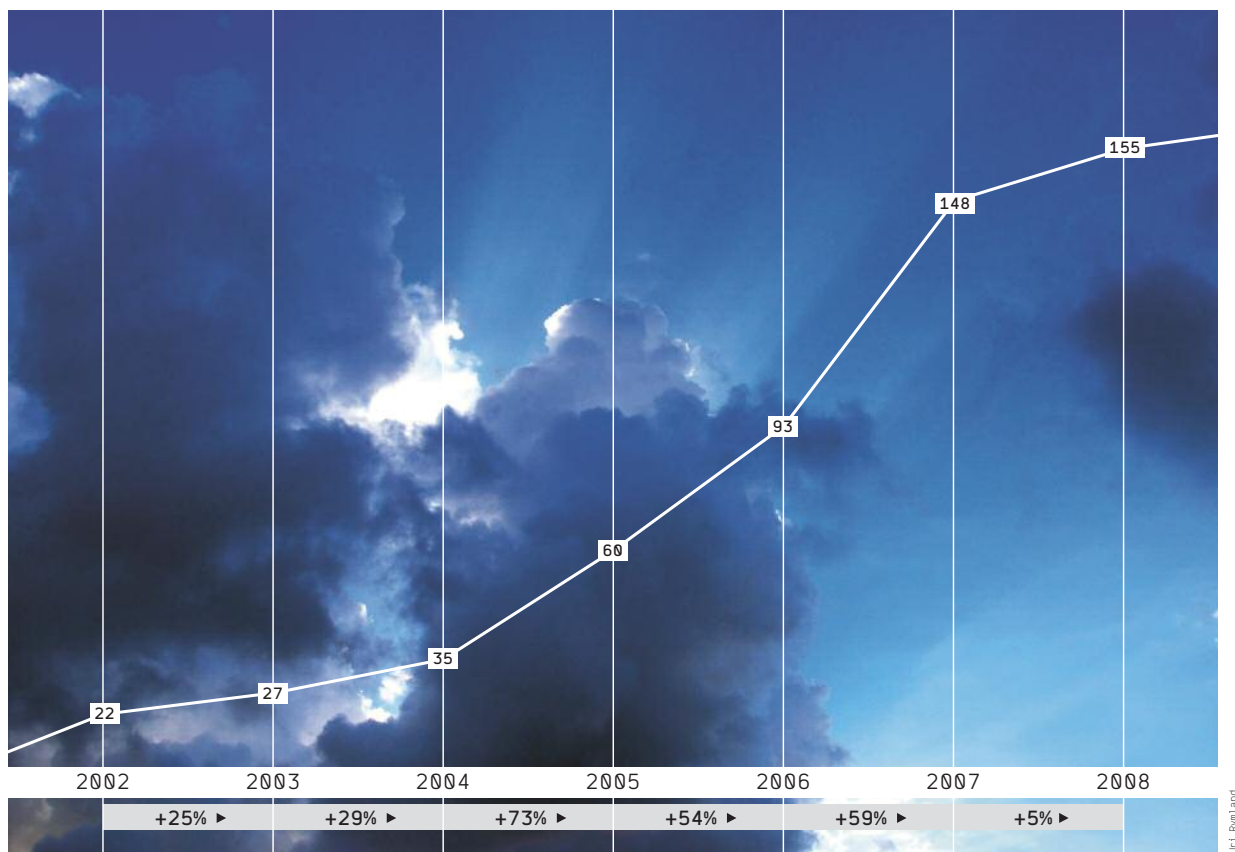
La crise financière a toutefois fortement frappé le secteur. Les investissements n'ont crû que de 5% en 2008 par rapport à 2007. C'est bien peu au regard de la croissance à deux chiffres phénoménale observée les années précédentes (voir graphique ci-contre). Si l'année 2009 a été

marquée par des plans de relance gouvernementaux prometteurs, les investissements ont chuté de presque 50%. «Les énergies renouvelables ont été doublement touchées par la crise, explique Christophe Churet, analyste du fonds «Smart Energy Fund», chez Sustainable Asset Management à Zurich. Elles sont fortement dépendantes de la disponibilité de financements externes. Et la chute du prix du pétrole ainsi que la demande du marché ont affecté leur compétitivité.» En décembre 2009, l'échec de l'accord de Copenhague, qui n'a pas réussi à imposer des baisses d'émissions contraignantes aux Etats, a encore assombri le tableau.

Résultat: les entreprises actives dans les énergies renouvelables sont actuellement sous-cotées. Mais la majorité des spécialistes estime que les cours vont repartir à la hausse et que le secteur va bientôt renouer avec une croissance à deux chiffres. Les cleantech n'en comportent pas moins des risques pour les investisseurs. «Dans le domaine de l'énergie, tout changement ne peut s'opérer que sur le très long terme, avertit Suren Erkman, professeur à l'Université de Lausanne. Les énergies fossiles ne pourront être remplacées que d'ici trente à quarante ans. Les technologies à déployer pour exploiter le vent ou le soleil sont extrêmement

complexes et nécessitent des matériaux rares et coûteux.» Outre les risques financiers et de possibles avancées technologiques dans le domaine du pétrole (extraction, etc.), les experts évoquent également le problème de la dépendance aux subventions étatiques, encore nécessaires à la compétitivité des énergies propres.

Pour Natacha Guerdat, associée de Conser Invest à Genève et spécialiste des énergies renouvelables, le risque lié à un changement de politique gouvernementale reste toutefois limité. Elle observe davantage de problèmes liés à de mauvaises évaluations des entreprises: «Il ne s'agit pas d'investir dans les cleantech tous azimuts, parce qu'on trouve que le secteur présente des perspectives intéressantes. Il faut le faire rationnellement, en utilisant les outils d'analyse financiers classiques comme la qualité du management, la stratégie et la rentabilité, mais également le potentiel commercial du produit. Si le domaine des énergies propres connaît une forte croissance, il y a de grandes différences d'une technologie et d'une entreprise à l'autre.» Ce dossier, consacré aux cleantech, analyse les principaux secteurs de ce marché, afin de mieux comprendre leurs perspectives.▲



Croissance des investissements dans les cleantech au niveau mondial, en milliards de dollars.

Source: New Energy Finance

TRANSFORMER SES DÉCHETS

Dans la course à la protection de la planète, la gestion et le traitement des déchets jouent un rôle primordial: à la place des incinérateurs classiques, les entreprises construisent désormais de véritables centrales qui produisent de l'électricité et de la chaleur, tout en minimisant les rejets de gaz à effet de serre.

«Ce secteur peut constituer la partie défensive d'un portefeuille, estime Nicolas Rochon, responsable du pôle environnement chez Financière Champlain, à Paris. Les

entreprises concernées sont déjà très bien valorisées et, si les perspectives de croissance de 3 à 5% n'ont rien d'exceptionnelle, les sociétés qui présentent un fort rendement demeurent intéressantes.»

L'analyste parisien conseille, plutôt que les géants Suez et Veolia, d'investir dans des entreprises moins connues comme l'italienne Biancamano (BCM). «Ces sociétés bénéficient de contrats garantis sur le long terme, ce qui offre une très bonne sécurité.»

LA GÉOTHERMIE PREND DE LA HAUTEUR

La Suisse détient le record du monde du nombre de pompes à chaleur au kilomètre carré. L'entreprise Schulthess (SGRN) s'est spécialisée dans ce domaine en pleine expansion qui permet de récupérer de la chaleur à une quinzaine de mètres de profondeur.

La géothermie profonde, qui va chercher une température de 200°C à plusieurs kilomètres sous terre, connaît quant à elle encore quelques problèmes techniques. «Néanmoins, elle attire passablement l'attention des investisseurs depuis 2009, avec un nombre croissant de socié-

tés cotées en Bourse comme Ram Power (RPG) ou Magma Energy (MXY)», observe l'analyste Christophe Churet.

En 2008, les investissements dans le secteur ont augmenté de 149% par rapport à 2007 et se sont élevés à 2,2 milliards de dollars. Une croissance qui devrait continuer en 2010: «La géothermie dispose de plusieurs avantages: sa capacité à produire de l'énergie constante et la compétitivité de son coût par rapport aux autres énergies renouvelables.»

ÉOLIEN, LE MOMENT D'INVESTIR

Énergie renouvelable la plus mature et la mieux établie, l'éolien représente à court terme un bon secteur d'investissement. A long terme, ses perspectives apparaissent plus limitées que celles du solaire.

Par Geneviève Ruiz et Bertrand Beauté



Maintenance d'une éolienne à Eaglesham Moor, près de Glasgow, en décembre 2009.

«Parmi les énergies alternatives, notre choix principal se porte actuellement sur l'éolien, rapporte Nicolas Rochon, responsable du pôle environnement chez Financière de Champlain, à Paris. Il s'agit d'un secteur mature, rentable et qui ne souffre pas

d'une guerre des prix. Nous sommes optimistes et misons sur une croissance de 15% par an sur les quinze prochaines années.» En dix ans, les coûts de production de l'éolien ont fortement chuté, à tel point que le secteur est devenu quasiment compétitif

avec les énergies fossiles, selon le rapport conjoint de l'Agence des Nations Unies pour l'environnement et de la société New Energy Finance. «La taille des pales a été développée, ainsi que la productivité, ce qui permet de diviser par deux des coûts de



Nicolas Rochon. Mais nous devrions assister à une remontée dès le second semestre 2010.» «Nous sommes optimistes pour l'éolien, car les conditions de financement des différents projets vont s'améliorer, confirme Christophe Churet, analyste du fonds Smart Energy Fund chez Sustainable Asset Management à Zurich. Les compagnies bien positionnées pourront augmenter leurs marges en 2010.

En 2008, le secteur a attiré plus de 51 milliards de dollars d'investissement dans le monde.

Les entreprises recommandées par les analystes sont la danoise Vestas (VWSA), leader mondial de l'éolien, les espagnoles Gamesa (GAM) et Iberdrola Renovables (3IR) ou encore l'asiatique China Wind Power (182). «Parmi elles, nous recommandons de miser sur les concepteurs de fermes éoliennes plutôt que sur les fabricants de turbines, note Christophe Churet. Par ailleurs, sur le long terme, nous préférons le solaire à l'éolien, parce qu'il offre de meilleures perspectives.»

En effet, si l'éolien produit actuellement 1,5% de l'électricité mondiale, ses perspectives de croissance sont moindres que celles du solaire. En raison du manque de sites propices et surtout du manque de constance dans la production d'électricité, les spécialistes estiment qu'au maximum 15% de l'électricité mondiale pourra être produite grâce au vent d'ici à 2050.▲

production, explique Martin Kern de l'association Suisse-Eole. Il y a toutefois encore des défis en ce qui concerne le bruit, le transport et le stockage de l'électricité.» En 2008, le secteur a attiré plus de 51 milliards de dollars d'investissement dans

le monde. Mieux, entre 2003 et 2008, il a affiché une croissance phénoménale à deux chiffres (avoisinant les 30%), avant de chuter durant la crise à 1% en 2008 et à 0% en 2009. Résultat: «La valorisation des entreprises est actuellement faible, poursuit

Jason Aldey/Bloomberg/Getty

2. SOLAIRE ☀

SOLAIRE, L'ESPOIR APRÈS LA TEMPÊTE

Les investissements dans le solaire ont crû de façon vertigineuse ces dernières années.

Mais la branche souffre d'une guerre des prix qui fait fondre les marges, de problèmes de surcapacité, et surtout, elle reste encore trop chère pour être vraiment concurrentielle.

Par Geneviève Ruiz et Bertrand Beauté

«Le potentiel de croissance du solaire est immense, s'enthousiasme Christophe Churet, analyste du fonds «Smart Energy Fund» chez Sustainable Asset Management à Zurich. Actuellement, cette énergie ne représente que 0,1% de l'électricité produite. Mais, selon les prévisions, elle devrait représenter entre 30 et 40% de l'électricité mondiale d'ici à 2050.»

En 2008, le secteur du solaire a reçu 35,5 milliards de dollars d'investissements, soit 70% de plus qu'en 2006. De toutes les énergies renouvelables, c'est celle dont les investissements ont le plus augmenté. La production de panneaux solaires s'est ainsi massivement accélérée ces dernières années en partie grâce à des programmes de soutien, notamment en Allemagne, en Espagne, au Japon, en Chine et aux Etats-Unis. Avec le lancement d'une production industrielle, les coûts ont pu baisser tout au long de la chaîne de production, même s'il faudra attendre encore quelques années pour qu'ils soient compétitifs avec les énergies fossiles. Des dizaines d'entreprises ont atteint une maturité suffisante pour faire leur entrée en Bourse et ont obtenu des résultats prometteurs. Parmi celles-ci, l'américaine First Solar (FSLR), les allemandes Solarworld (SWV) et Q-Cells (QCE).

KRACH TOTAL

L'an dernier a toutefois été particulièrement sombre pour le solaire. Certains spécialistes parlent même de krach total. «Alors qu'en 2008 la demande excédait l'offre, le marché du solaire a connu une surproduction en

2009», explique Eckhard Plinke, directeur de la recherche durable à la banque Sarasin à Bâle. L'arrivée des panneaux asiatiques, notamment chinois avec des entreprises comme Trina Solar (TSL) ou JA Solar (JASO), a entraîné un doublement de la capacité mondiale de production, ainsi que le déversement de produits moins chers sur le marché. Cela a coïncidé avec une chute brutale des investissements et l'arrêt de nombreux grands projets. Résultat: le coût des cellules a chuté de 30 à 40% et la croissance du secteur a avoisiné les 0%.

RÉELLES PERSPECTIVES

A tel point que Nicolas Rochon, responsable du pôle «environnement» chez Financière de Champlain, à Paris, n'hésite pas à affirmer que «boursièrément, le solaire est actuellement un secteur à fuir. Le dumping effectué par les entreprises chinoises risque d'entraîner un mouvement de concentration et des faillites qui rendent les investissements extrêmement complexes. Seul l'américain First Solar, grâce à sa technologie avancée, peut rivaliser avec les sociétés asiatiques. Les Européens, eux, sont à la traîne. En revanche, sur le long terme, le solaire sera retenu, car il offre de réelles perspectives.»

Un avis partagé par Eckhard Plinke qui table sur un retour à une croissance fulgurante du solaire pour ces prochaines années: «Nous estimons qu'elle s'élèvera à nouveau entre 40 et 50%, notamment en raison de l'abaissement des coûts et d'une hausse spectaculaire de la demande.» ▲



«Nous devons grandir»

Meyer Burger ambitionne aujourd'hui la place de leader mondial des équipements pour la fabrication de cellules solaires. Interview avec son CEO, Peter Pauli.

Propos recueillis par Daniel Saraga

Lorsque Peter Pauli reprend les rênes de Meyer Burger en 2002, le chiffre d'affaires du fabricant helvétique de scies spécialisées ne s'élève qu'à une vingtaine de millions de francs. Aujourd'hui, le groupe pèse vingt fois plus.

En se réorientant vers l'industrie solaire, l'entreprise de Thoune est devenue l'un des deux leaders mondiaux dans la fabrication de scies à silicium. Ces instruments de haute précision produisent les «wafers», ces fines tranches utilisées dans les cellules solaires au silicium cristallin. Meyer Burger poursuit désormais une stratégie d'acquisitions pour se développer tout au long de la chaîne de valeur du photovoltaïque, depuis les lingots de silicium jusqu'aux panneaux solaires. Dernier coup en date: la fusion avec le fabricant de modules solaires helvétiques 3S Industries.

Le CEO Peter Pauli restera aux commandes de la nouvelle entité. Il livre à «Swissquote Magazine» sa vision du marché photovoltaïque mondial – et du rôle que peuvent jouer les fabricants d'équipements helvétiques.

SWISSQUOTE MAGAZINE ►
Meyer-Burger est-il leader sur son marché?

PETER PAULI ► C'est à la concurrence qu'il faut poser ce genre de questions! Je pense que oui. D'après certaines analyses externes, nous détenons 40% du marché, juste devant HCT.

Justement, l'ancienne start-up vaudoise HCT fabrique également des scies à silicium. Comment deux entreprises suisses peuvent-elles dominer presque 80% d'un tel marché?

La raison se trouve dans l'histoire de notre entreprise. Meyer Burger s'est spécialisée il y a plus de cinquante ans dans la coupe de matériaux très durs et cassants, en particulier les rubis artificiels utilisés pour les paliers de montres. Ensuite, nous avons développé des scies pour le silicium utilisé en électronique. En faisant baisser les coûts de coupe, nous avons d'ailleurs été l'un des moteurs de l'explosion de cette industrie.

«Notre pays peut vraiment reprendre le leadership dans le secteur photovoltaïque.»

Meyer Burger a alors un peu manqué de flair et décliné une offre de collaboration faite par l'ingénieur vaudois Charles Hauser, qui voulait développer un nouvel outil: une scie à fil... Il a fondé HCT, ce qui nous a obligés à nous réveiller et à rattraper notre retard. Nous avons donc développé nous-mêmes une scie à fil à la fin des années 1990. Et aujourd'hui, nous avons dépassé HCT.

Peter Pauli, CEO Meyer Burger



Père de deux enfants, l'ingénieur en construction de machine de la Haute Ecole de Muttens (Bâle) a auparavant travaillé plus de quinze ans pour Siegling, un groupe helvétique spécialisé dans les tapis roulants. «Je suis arrivé à Meyer Burger un peu par hasard. J'avais auparavant fait un mauvais choix professionnel et j'ai voulu changer et faire bouger les choses.»

Bien que très performantes, ces entreprises restent mal connues en Suisse.

En effet, nous demeurons dans l'ombre. Nous livrons les équipements utilisés par les fabricants, qui eux sont reconnus à travers leurs produits, même si notre entrée en Bourse en 2006 nous a rendus un peu plus visibles.

Notre pays peut vraiment reprendre le leadership dans le secteur photovoltaïque (PV). Nous avons d'excellents fournisseurs d'équipement, parfois petits, mais très efficaces. Certes, certains sont devenus un peu trop gros ou paresseux, et manquent parfois de managers possédant une vue globale du marché mondial. Mais je suis optimiste pour le secteur de l'équipement suisse en général, pour autant



que nous puissions préserver un environnement favorable avec de bonnes infrastructures et un bon niveau d'éducation.

Vous avez tout récemment acheté l'américain Diamond Wire Technology et l'allemand, Hennecke, et fusionné avec le suisse 3S Industries (voir encadré). Quelle est votre stratégie?

Nous voulons devenir le meilleur fournisseur d'équipement PV. Nous devons donc grandir tout au long de la chaîne de production. Nous couvrons déjà la ligne des wafers, mais nous voulons également entrer dans la ligne de fabrication des cellules ainsi que celles des panneaux solaires. Ces processus sont encore fragmentés, et on peut augmenter la productivité en les rationalisant. Nous voulons offrir des systèmes entièrement intégrés et plus efficaces. Notre fusion avec 3S Industries, un des leaders mondiaux des équipements de fabrication de modules, nous permet de couvrir toute la chaîne de valeur, depuis les lingots de silicium solaires jusqu'aux panneaux.

Vous êtes donc prêts à acheter d'autres entreprises?

Absolument. Nous devons aussi grandir pour pouvoir dégager des ressources en R&D.

Comment gardez-vous le contrôle sur les nouvelles sociétés de votre groupe?

Nous exerçons un strict contrôle financier, mais les laissons développer leur technologie et leur marché. Chacun doit rester à la pointe de son secteur, et elles n'obtiennent pas d'aide financière des autres entités du groupe.

Vous ne craignez pas d'être rachetés, comme HCT?

Non. Un groupe devrait payer cher pour nous acquérir, et qu'obtiendrait-il vraiment? Nous sommes une compagnie high-tech, et un rachat inamical serait difficile

MEYER BURGER EN 2008: (et variation par rapport à 2007)

- Nombre d'employés:  (+166%)
- Chiffre d'affaires (CHF):  mios (+119%)
- Bénéfice (EBIT):  mios (+130%)

à mener. Prenez HCT: le management d'origine n'est plus là et l'acquisition leur a fait perdre des parts de marché – à notre bénéfice d'ailleurs...

Vous avez récemment annoncé une collaboration avec Oerlikon Solar pour vendre son système d'enrobage de silicium.

Oui, c'est une collaboration stratégique pour nous. Même si nous ne possédons pas cette technologie, la vendre nous permet de prendre pied dans la ligne de production de la cellule.

Mais Oerlikon Solar est également un concurrent, qui se positionne avec des cellules à couche mince, une technologie rivale...

Bien sûr. Mais ces deux techniques joueront chacune leur rôle dans des applications complémentaires. D'ailleurs, une seule technologie ne pourrait jamais satisfaire la croissance attendue du photovoltaïque. Il y aura toujours un mélange. C'est une compétition saine et stimulante, qui nous aide à nous améliorer pour atteindre la «grid parity», c'est-à-dire la production de l'électricité solaire à un prix correspondant à celui du marché.

Comment Meyer Burger a-t-il passé la crise financière?

De nombreux clients n'ont soudainement pas pu obtenir de financement de la part des banques, malgré des lettres de crédit. De

notre côté, nous n'avons plus pu expédier les marchandises à cause des difficultés à faire valoir nos promesses de crédit. Nous avons dû réduire la production ainsi que le personnel temporaire. Mais nous avons réussi à maintenir la tête hors de l'eau en utilisant des acomptes des nouvelles commandes. Nous nous en sommes sortis ensemble, en partenariat avec les clients. Nous sommes très heureux d'avoir pu rester profitables. Pour 2010, la visibilité reste encore très faible.

La Chine a-t-elle contribué à la réduction spectaculaire du prix du silicium?

C'est une question subtile. La productivité de l'industrie solaire chinoise n'est en fait pas si grande, mais elle était lourdement subventionnée par l'Etat en tant que priorité high-tech, ce qui a certainement influencé le prix. Ils sont directement allés vers une production de masse – ils visent des installations de un gigawatt (GW). Une main-d'œuvre bon marché et les économies d'échelle ont donc aussi participé à la réduction de coût.

Cette chute rend le solaire plus compétitif, mais fait également fondre les marges...

Je me réjouis de cette évolution. Nous nous rapprochons ainsi de la grid parity, qui est essentielle. Bien sûr, certaines compagnies vont souffrir, mais c'est simplement un marché en phase de conso-



lvalidation. Prenez Conergy, un très gros producteur allemand d'énergies alternatives. Leur action s'est écroulée à cause de mauvaises décisions et ils ont grandi trop vite pour rester profitables avec des marges plus faibles.

Le gouvernement devrait-il engager des subsides plus importants?

Non, je suis contre les subventions – c'est-à-dire de l'argent étatique allant directement dans la poche des producteurs d'énergie renouvelable. Par contre, je suis très favorable aux «feed-in-tarif», à savoir le rachat garanti de l'électricité verte. La différence de coût est alors prise en charge non pas par les citoyens via leurs impôts, mais par les utilisateurs du réseau électrique eux-mêmes... Ces lois sont plus stables que les subsides, qui peuvent disparaître subitement lors d'un changement de majorité gouvernementale. Notre industrie accepte volontiers des réductions graduelles de ces tarifs, car nos coûts ne cessent de diminuer. Et une baisse de ces prix nous encourage à faire des efforts pour réduire encore les coûts. C'est certain: nous avons besoin de soutien du gouvernement. Nous nous trouvons encore dans un stade de pré-industrialisation. Mais nous comptons bien que le PV cristallin atteigne la grid parity d'ici à cinq ans dans les marchés les plus importants. Les gouvernements doivent développer une nouvelle réflexion sur leur bouquet énergétique. L'énergie n'est pas tant un bien économique que politique, capable de créer des tensions internationales et même des guerres. Il est important pour les pays d'être plus indépendants.

Et qui dit nouveau mix, dit forcément énergies renouvelables. ▀

MBTN



Ces machines de Meyer Burger calibrent les lingots de silicium, pour les couper ensuite en fines lamelles qui serviront aux cellules solaires.

MEYER BURGER

Mariage helvétique

Le 14 janvier dernier, les actionnaires de Meyer Burger et de S3 Industries approuvent à plus de 99,9% la fusion des deux entreprises. Autre leader sur le marché du photovoltaïque, le suisse 3S (pour Swiss Solar Systems) vend des équipements pour la fabrication de modules solaires, à savoir les panneaux intégrant les cellules sous une forme prête à installer. Le nouveau-né pèse quelque 550 millions de francs pour 1'000 employés. Peter Pauli reste CEO de la nouvelle entité, alors que Patrick Hofer-Noser, CEO de 3S, devient Chief Technology Officer.

«Il y a bien sûr une différence de taille, commente Werner Buchholz, porte-parole de Meyer Burger, mais nous le voyons comme une fusion entre égaux. Il est important pour nous que les actionnaires de 3S ne perçoivent pas cette évolution comme une acquisition inamicale.» L'action de la nouvelle entité reste celle de Meyer Burger.

Scier du silicium, mode d'emploi

Le principe des scies à fil de Meyer Burger avait déjà été utilisé par les Egyptiens pour couper les blocs nécessaires à la construction des pyramides. Ce n'est pas une lame qui coupe, mais une pâte abrasive dont les particules, mises en mouvement par un câble en acier, rongent le matériau.

Autre possibilité: coller de minuscules diamants artificiels sur un fil d'acier, une technique développée par Diamond Wire Technology qui a été rachetée en 2009 par Meyer Burger. «Cette technique est deux fois plus rapide que les scies à fil traditionnelles, explique Peter Pauli. Il était donc nécessaire de l'acquérir. Comme nous pouvons l'intégrer à nos machines existantes, nous allons également développer un business model basé sur la vente de consommables, à savoir les fils utilisés dans nos scies.»



Passage nuageux pour Oerlikon Solar

La filiale du conglomérat helvétique s'est imposée comme un leader sur le marché des cellules photovoltaïques. Elle a néanmoins souffert en 2009 et changé de direction générale.

Par Daniel Saraga

L'annonce est intervenue sous la forme d'un bref communiqué: «Jeannine Sargent, directrice d'Oerlikon Solar, quitte l'entreprise avec effet immédiat.» Elle a ainsi été remplacée en novembre dernier – «ad interim» – par Jürg Henz, un manager issu du giron d'Oerlikon. Cette brusque rocade reste officiellement inexpliquée, et difficilement lisible au vu du développement spectaculaire amené par l'Américaine. En deux ans, elle a fait de l'entreprise de Trübbach [Saint-Gall] le premier fournisseur mondial d'installations «clés en main» produisant des cellules photovoltaïques à couche mince de silicium – d'une courte tête. Selon ses propres études, Oerlikon Solar détient 45% du marché contre 44% pour l'américain Applied Materials et 11% que se partagent plusieurs sociétés japonaises.

Oerlikon Solar ne produit pas directement de panneaux solaires, mais vend des machines qui les fabriquent. L'entreprise a récemment équipé la plus grande usine de production de cellules solaires de Suisse à Riazzino au Tessin, qui a ouvert en été 2009. Elle va commencer en 2010 l'installation d'une usine de 120 MW en Russie – une extension à l'est facilitée par le groupe russe Renova de Viktor Vekselberg, qui détient 45% d'OC Oerlikon. Si 2008 fut une année faste pour Oerlikon Solar (bénéfice

de plus de 100 millions de francs, à comparer au déficit de 37 millions subi par le groupe Oerlikon), 2009 aura été plus délicate, avec un bénéfice nul annoncé pour le premier semestre. En décembre dernier, le groupe Oerlikon a réévalué à la baisse l'inventaire de sa branche solaire. Sa technologie (les cellules à couche mince de silicium) a souffert de la chute du prix de son concurrent principal, le photovoltaïque (PV) cristallin.

DE NOUVELLES MACHINES

Autre difficulté: le développement très rapide de cette technologie de 2^e génération rend les outils de production vite dépassés. «Nous avons des difficultés à vendre nos machines déjà produites, explique Roland Bischofberger, responsable des relations investisseurs d'OC Oerlikon, car nos clients veulent nos nouvelles machines, qui sont

plus efficaces. Ils peinent également à trouver le financement important nécessaire pour acquérir une ligne de production, qui dépasse souvent les 100 millions de francs.» «Il faut investir cette somme avant même de commencer la production des cellules, relève Norbert Ruecker, analyste chez Julius Baer. Au contraire, une grande partie des coûts du PV cristallin se rapporte à la matière première, qui est achetée graduellement.» Une différence qui joue son rôle lorsque les banques rechignent à prêter.

LE SOLAIRE ENFIN COMPÉTITIF?

Si la crise financière a clairement ralenti le marché du solaire, ce dernier devrait néanmoins poursuivre sa croissance à moyen terme, estime Michael Schmidt, porte-parole d'Oerlikon Solar: «L'électricité générée par les installations solaires devrait décupler d'ici 2015 pour atteindre 50 à 70 gigawatts (GW) au niveau mondial, contre environ 6 GW en 2008 et 1 GW en 2003. Cette croissance pourrait élever la part du solaire dans la production d'électricité à 1%, contre environ 0,02% aujourd'hui.» Pour le porte-parole, le secteur semble sortir de la crise. «Le marché a subi des conditions difficiles au début de 2008, mais la production de panneaux devrait à nouveau croître de

«La production de panneaux solaires devrait croître de 20-30% en 2010.»



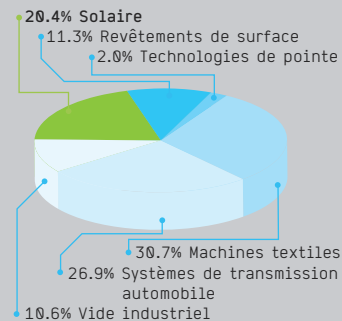
L'ancienne directrice générale, Jeannine Sargent, a quitté l'entreprise en novembre 2009.

Raphael Hefli

En chiffres

Créée en 2003, Oerlikon Solar a pris un envol spectaculaire en 2008. L'entreprise a augmenté son chiffre d'affaires de 125% (à 598 millions) et son bénéfice de 70% (à 107 millions). En outre, elle a plus que triplé son poids dans le groupe OC Oerlikon en 2008 et 2009 (premier semestre). L'entreprise compte plus de 750 employés. Ses principaux concurrents sont les américains First Solar et Applied Materials, ainsi que le japonais Sharp Solar.

Part du solaire dans les ventes d'Oerlikon



SOURCE: OERLIKON, 1ER SEMESTRE 2009

Le prix de l'énergie

Le prix du kilowatt-heure (kWh) tient compte des investissements et de tous les frais d'exploitation. Dans le cas du solaire, cette mesure dépend de la localisation géographique, car l'ensoleillement influence fortement la quantité d'énergie produite par un panneau. Les industriels considèrent donc également une mesure indépendante de l'endroit: le prix de production par Watt-peak (Wp, ou «Watt-crête»). Il s'agit du coût de fabrication et d'installation d'un panneau solaire capable de délivrer, au maximum, une puissance d'un watt.

Le photovoltaïque standard (au silicium cristallin) a bénéficié de la chute dramatique de prix du silicium polycristallin, qui depuis 2007 est produit également en Chine. Le kilo est passé de plus de 350 dollars en 2006 à 70 dollars en 2009, ce qui a réduit le prix du kWh de 30 à 17 cents. Mais la valeur de la matière première reste volatile, et pourrait bien remonter.

20-30% en 2010, portée en particulier par les Etats-Unis et la Chine.»

«A court terme, le marché du solaire reste très incertain, note Norbert Ruecker, car les prix de rachat de l'électricité verte vont certainement être adaptés.» Lorsque l'Espagne et l'Allemagne ont réduit leur soutien au solaire ces deux dernières années, certains fabricants de cellules solaires ont souffert, comme le petit Flexcell (Suisse) ou le grand Q-Cells (Allemagne). Mais Oerlikon Solar veut résolument s'affranchir de ces «lois vertes». «Tous nos efforts sont guidés vers un but, souligne Michael Schmidt: atteindre la «grid parity».» A savoir, un prix de revient du kWh compétitif avec le prix du marché.

Ce but ne semble plus si éloigné. Car le coût du kWh solaire a chuté rapidement ces dernières années. Les nouvelles technologies comme les cellules solaires à couche mince entrent en phase de production de masse. «Le prix de nos cellules est passé de 1,70 dollar/Wp (Watt-crête, voir encadré) en 2007 à 1 dollar/Wp en 2009, note Michael Schmidt. Il devrait atteindre 0,70 dollar/Wp à la fin de 2010. Nous voulons que les fabricants de cellules ayant acheté nos installations à la fin 2010 produisent dès 2012 de l'électricité au prix du réseau. En fait, nous sommes déjà concurrentiels dans certains marchés, par exemple à Rome à midi, où le kWh reste assez cher. C'est d'ailleurs l'un des avantages du solaire: notre pic de production, au milieu de la journée, correspond à celui de la demande.» ▲

■ OERL



3. EFFICIENCE ÉNERGÉTIQUE

Efficiencie énergetique: des pistes pour le futur

La diminution des pertes énergetiques pourrait en effet se révéler la méthode la plus efficace et la moins chère pour limiter les émissions de gaz à effet de serre.

Par Geneviève Ruiz et Bertrand Beauté

LE NUCLÉAIRE, UNE ÉNERGIE PROPRE?

L'énergie nucléaire suscite à nouveau l'intérêt des gouvernements, avec environ 200 centrales en projet dans le monde et 44 réacteurs en construction. La raison de cet engouement? Le nucléaire émet peu de CO₂ et permet d'assurer la sécurité énergétique. Mais il ne met pas tout le monde d'accord. «Si l'on considère l'ensemble du cycle du combustible nucléaire (extraction minière, concentration du minerai, etc.), il émet des quantités significatives de gaz à effet de serre, considère Suren Erkman, professeur à l'Université de Lausanne. Pas seulement du CO₂, mais d'autres gaz, comme l'hexafluorure de soufre. L'autre problème de la fission nucléaire sous sa forme actuelle, c'est que les réserves d'uranium sont limitées.»

Du point de vue économique, le nucléaire diffère passablement des nouvelles énergies renouvelables par la cherté des centrales (entre 2 et 5 milliards de dollars) et le peu de possibilité d'abaisser leurs coûts d'exploitation. Cela va sans compter les montants liés aux accidents potentiels, qui doivent être pris en charge par les gouvernements.

«Nous conseillons aux investisseurs intéressés par les cleantech de ne pas oublier les opportunités nombreuses qu'offre l'efficacité énergétique, explique Christophe Churet, analyste du fonds Smart Energy Fund chez Sustainable Asset Management à Zurich. Les réseaux électriques intelligents ou les technologies de stockage de l'énergie proposent par exemple des perspectives prometteuses.»

80% de l'énergie produite est perdue avant même d'être utilisée. Une réduction des pertes d'énergie représente un intérêt économique évident, même lorsque le pétrole est bon marché. «D'un point de vue macro-économique, l'efficacité énergétique représente la méthode de protection du climat la plus efficace et la moins chère, ajoute Eckhard Plinke, directeur de la recherche durable à la banque Sarasin à Bâle. Ce domaine pourrait générer une croissance considérable dans une vaste gamme de produits et de technologies.» Les secteurs concernés vont du transport aux appareils ménagers à faible consommation, en passant par l'isolation des bâtiments et les technologies de récupération d'énergie.

● SMART GRID OU RÉSEAUX INTELLIGENTS

Ces réseaux vont révolutionner notre manière de produire, de distribuer ou de consommer l'énergie électronique. L'idée

de base consiste à gérer de façon intelligente l'offre et la demande en incitant le consommateur à acheter l'énergie lorsqu'elle est meilleur marché ou en éteignant automatiquement des millions d'appareils à certaines heures. Les infrastructures que cette évolution exige concernent la rénovation des usines et des réseaux de transport d'énergie, mais également l'informatisation des flux, ainsi que des compteurs intelligents facilement lisibles pour les consommateurs. Longtemps laissé à quelques start-up, ce marché attire désormais des entreprises comme Google (GOOG), Intel (INTC), Microsoft (MSFT), IBM (IBM), Oracle (ORCL), General Electric (GE,U), SAP (SAP,X), Siemens (SIE), Schneider Electric (SND,FF), Cisco (CSCO) ou Accenture (ACN,U). Ces groupes se livrent à une course pour inventer les applications et imposer leurs normes de communication entre appareils.

● ISOLATION DES BÂTIMENTS

En Suisse, la moitié de l'énergie consommée est destinée au chauffage, à la climatisation, à l'eau chaude, à l'électricité et à la construction. Nombreux sont les gouvernements dont les plans de relance écologiques comprennent un volet d'assainissement du parc immobilier. Les standards d'isolation augmentent également, à l'instar de l'Allemagne, qui impose une couche isolante de 52 mm contre 22 mm auparavant.



Un marché qui offrira donc de belles perspectives de croissance ces prochaines années, en particulier du côté des panneaux naturels (bois compressé, herbe). Ces derniers ne pèsent que 5% du secteur, car leur coût reste pour l'instant nettement plus élevé que celui des panneaux synthétiques.

● COUPLAGE CHALEUR-FORCE

Le couplage chaleur-force désigne un chauffage qui produit simultanément de la chaleur et de l'électricité. Dans ce système, la chaleur inhérente à la production de courant est utilisée pour fournir de l'eau chaude, de la vapeur ou encore de la chaleur de séchage. Le combustible est ainsi utilisé à 95%. Mieux utiliser l'énergie pour chauffer et refroidir les bâtiments, ainsi que pour les processus industriels, représente un potentiel gigantesque. De nombreux gouvernements promeuvent donc actuellement la recherche et les installations dans ce secteur. En Suisse, les pompes à chaleur représentent 1,7% de la consommation d'électricité. En 2020, ce chiffre aura triplé, voire quadruplé.

● OPTIMISATION DES PROCESSUS DANS L'INDUSTRIE ET LES SERVICES

Dans l'industrie, l'efficacité énergétique d'une usine s'élève en moyenne à 41%: sur 100 kWh achetés, 41 kWh sont réellement utiles aux processus de production. Par conséquent, l'augmentation de l'efficacité énergétique est une piste d'économie financière très importante dans l'industrie et les spécialistes estiment qu'elle pourrait être améliorée de 20%. Des machines qui consomment moins, des réseaux de capteurs sans fil qui peuvent être utilisés pour surveiller l'utilisation efficace de l'énergie ou l'utilisation de ressources durables figurent parmi les principaux axes de développement.

● RÉCUPÉRER L'ÉNERGIE PLUTÔT QUE LA PRODUIRE

Les passionnés de formule 1 le savent déjà: les récupérateurs d'énergie au freinage ont fait leur entrée dans le monde automobile. L'idée est simple: lors du freinage, une quantité non négligeable d'énergie cinétique est perdue (environ 2500 cv pour une F1 freinant de 320 à 0 km/h). Un variateur toroïdal entraînant un volant d'inertie, développé notamment par la société Xtrac, permet la récupération de cette énergie et son stockage. Un tel système est déjà utilisé sur certaines voitures hybrides, comme la Toyota Prius (7203), ou dans des trains, comme l'ICE 3 de Siemens (SIE). Selon la Deutsche Bahn, qui utilise les ICE 3, la récupération de l'énergie de freinage permet de réinjecter 10% de l'énergie consommée.

● AMPOULES À BASSE CONSOMMATION

Inventée en 1878 par Thomas Edison, la lampe à incandescence a vécu. En raison de sa consommation énergétique excessive – elle produit essentiellement de la chaleur (95%) et très peu de lumière (5%) – la plupart des pays ont lancé des plans pour la retirer du marché. Ainsi, dans le cadre du plan climat-énergie, l'Union européenne prévoit le retrait progressif des ampoules traditionnelles d'ici à 2012. A la place, les lampes basse consommation (LBC), et à plus long terme les diodes électroluminescentes (LED), vont s'imposer. Une aubaine pour les industriels qui les produisent, tels les géants Philips (PHIA), Osram et General Electric (GE). Reste que les LBC ne font pas que des adeptes. Si l'ampoule à incandescence est très coûteuse en kilowatts-heures, elle n'a aucun impact sur l'environnement en tant qu'objet. On ne peut pas en dire autant des LBC qui contiennent du mercure.▲

DIFFICILE D'INVESTIR DANS LA MOBILITÉ

Actuellement, peu de fonds verts intègrent dans leur portefeuille des valeurs liées à la mobilité. Pourtant, dans la chasse aux émissions de gaz à effet de serre, ce secteur est souvent mis en avant. Alors pourquoi les analystes verts le boudent-ils? «Deux problèmes majeurs se posent», répond Nicolas Rochon, responsable du pôle environnement chez Financière de Champlain. D'abord, personne ne sait quelle technologie va s'imposer. Faut-il investir dans la voiture hybride, électrique ou hydrogène? Aucune de ces technologies ne paraît réellement au point. Ensuite, il n'existe pas ou peu d'acteur pur, qui s'investit uniquement dans ces technologies. Les groupes qui développent ces technologies réalisent la majeure partie de leur chiffre d'affaires avec des produits fonctionnant aux énergies fossiles. L'environnement ne représente pour eux qu'un marché de niche qui n'influence pas ou pas encore leur cours boursier.»

Ainsi, en 2007, Toyota (7203), leader mondial de la voiture hybride, a écoulé un peu moins de 200'000 Prius dans le monde, quand ses ventes totales atteignaient plus de 9 millions de véhicules... Au final, mieux vaut investir dans des entreprises travaillant en marge de la mobilité comme l'américain A123 Systems (AONE), premier producteur au monde de lithium, qui fournit ce métal pour la fabrication de batteries utilisées, entre autres, dans les voitures électriques. On notera également, le français Saft Groupe (SIA) spécialisé dans la fabrication d'accumulateurs à haut rendement dont le titre affiche un potentiel de croissance important, ainsi que le groupe de piles suisse Leclanché (LECN) qui a levé en Bourse 10 millions de francs suisses en septembre 2009.



De plus en plus de Chinois voyagent en Suisse, et ils restent de plus en plus longtemps.



Les ambitions chinoises de Kuoni

La crise financière a frappé la branche touristique de plein fouet. Kuoni, quatrième voyageur européen, réagit avec des réformes radicales et mise, pour retrouver la croissance, sur l'essor de la Chine et de l'Inde.

Texte: Andreas Turner Photos: Martin Parr/Magnum

Peter Rothwell a pourtant l'habitude des hauts et des bas de la branche touristique internationale. En trente ans d'expérience professionnelle, il en a vu de toutes les couleurs. Mais une crise comme celle-là, jamais. «Tous les secteurs et tous les marchés sont frappés par la récession économique et financière qui dure depuis plus d'une année. La crise est globale et, de ce fait, ses effets seront bien plus graves que ceux de l'attaque terroriste de 2001 ou du tsunami de 2004», affirme sobrement le Britannique, qui dirige le groupe suisse Kuoni depuis début 2009.

Des réductions massives dans les budgets dévolus aux voyages d'affaires de la part des grandes et petites entreprises, des touristes inquiets qui économisent sur leurs vacances: tout cela s'est traduit par un recul de 20% du marché international du voyage. René Weber, analyste auprès du groupe Vontobel, le constate: «Les clients réservent

leurs voyages à plus court terme qu'il y a quelques années. Du coup, les voyageurs peinent à évaluer la marche future de leurs affaires.» Pour 2010, René Weber ne voit pas s'éclaircir l'horizon de Kuoni: «Le groupe parviendra sans doute à compenser ses pertes de 2009, mais il est trop tôt pour parler de reprise du marché du voyage.»

UNE STRATÉGIE DIFFÉRENTE

Peter Rothwell ne compte pas, lui non plus, sur un nouvel essor de la branche avant le second semestre 2010. Selon lui, le véritable redémarrage aura même lieu plus tard: «La croissance du marché du voyage se poursuivra. C'est surtout dans les régions du monde où actuellement les gens voyagent moins qu'ailleurs, que l'on réalisera des résultats au-dessus de la moyenne.» En disant cela, le patron de Kuoni vise l'Inde, la Chine et la Russie. «Nous y sommes déjà présents. Mais nous aspirons à croître sensiblement plus vite que le marché dans ces pays et ailleurs également – ce que nous avons déjà réalisé, avant 2008.»

Alors que d'autres voyageurs réagissent au recul de la demande en adaptant leurs capacités et en faisant la chasse aux potentiels d'économie, Peter Rothwell poursuit une stratégie quelque peu différente. Afin de réduire les coûts et d'atteindre dès 2011 les rendements prévus de 18% sur le capital investi, Peter Rothwell poursuit avec fermeté une réorganisation qui vise à concentrer les processus de travail et à éliminer les doublons dans les domaines centraux. «Nous devons continuer à abaisser la part de nos coûts fixes et, dans le même temps, investir dans tous les secteurs en contact avec le client, c'est-à-dire l'inspiration, le conseil et la vente de voyages, ainsi que dans les services sur le lieu de destination.»

En bref, Peter Rothwell mise sur tout ce qui apporte une valeur ajoutée pour le client. Et il espère une plus grande efficacité, surtout grâce à la concentration des forces. «Nous créons une division globale pour les achats et la production qui achète et prépare les prestations pour les différents pays, lance-t-il. Les filiales de Kuoni sur place peuvent ainsi se concentrer entièrement sur la clientèle. Dès 2012, nous nous attendons, grâce à notre programme d'investissement, à une marge opérationnelle d'au moins 40 millions de francs en cas de marche normale des affaires.» René Weber fait la même analyse. «Durant la phase initiale, les économies réalisées seront neutralisées par les coûts de la réorganisation, confirme-t-il. Mais dès 2011, les premiers signes positifs devraient apparaître, puis déployer pleinement leurs effets dans le courant de l'année.»

DES PARTENAIRES EXTERNES

Peter Rothwell souligne que Kuoni diffère des autres entreprises touristiques, en agissant plus comme un intermédiaire que comme un organisateur à proprement parler. Déjà sous l'égide d'Armin Meier, le prédécesseur de Peter Rothwell, le voyageur s'était séparé de ses équipements hôteliers et de sa propre flotte. «Contrairement à nos concurrents, nous n'avons pas à remplir nos hôtels et nos avions, puisque nous n'en avons pratiquement aucun», explique-t-il. Pour son offre de voyages lointains, le groupe s'appuie exclusivement sur des partenaires externes. Conséquence de cette stratégie, la part de ses coûts fixes atteint à peine 20%. Ce qui est un avantage durant les périodes où les budgets se resserrent. Pourtant, ce pourcentage reste trop élevé pour Peter Rothwell, qui aimerait l'abaisser à 15%.

Voyages d'affaires: redémarrage en 2010

Après une année 2009 marquée par des coupes draconiennes dans les dépenses et par la concurrence accrue de la vidéoconférence, le marché du voyage d'affaires donne des signaux de reprise. Le volume des transactions, qui a chuté de 15 à 20% entre mai 2008 et mai 2009, va remonter durant la seconde moitié de 2010, et s'envoler en 2011, pronostique une étude du cabinet de conseil américain Advito, publiée fin 2009. Et selon le baromètre annuel *American Express Voyages d'affaires* effectué auprès de plus de 300 entreprises européennes, 60% d'entre elles indiquent qu'elles gardent inchangé leur budget voyage en 2010. Le marché mondial des voyages d'affaires est estimé à 350 milliards de dollars.  AXP, U

Pour atteindre cet objectif, le remuant Britannique a commencé la restructuration en profondeur du groupe très peu de temps déjà après son arrivée de TUI Travel. La nouvelle organisation, qui devrait être effective d'ici à mi-2010, sera clairement orientée client. Pour les experts de la branche, c'est sûr: la concentration sur la région nord (Scandinavie, Russie, Grande-Bretagne, Benelux) et sud (Inde, Chine, Suisse, Europe du Sud) ne va pas seulement rationaliser les processus au niveau de l'entreprise. Mais la concentration à l'interne de la production et de l'achat de toutes les offres de voyages augmentera encore la pression sur les fournisseurs.

En juin 2009, grâce à sa prise de participation minoritaire de 32%, pour un montant de 9,2 millions de francs, dans le groupe Et-china, Kuoni a pris racine dans l'Empire du Milieu. Le voyageur chinois dispose de 160 agences de voyages, compte quelque 1,5 million de clients et emploie 1'400 collaborateurs. Il est probable qu'à moyen terme Kuoni rachètera l'intégralité d'Et-china.

Pour Peter Rothwell, l'importance stratégique d'Et-china ne fait aucun doute. Cette prise de participation permettra au voyageur suisse de mieux appréhender en-

core un marché chinois en pleine croissance. Depuis fin 2006 déjà, les Suisses disposaient d'une concession leur permettant de capter des touristes chinois sur place (licence «inbound»); et d'une autorisation lui permettant d'organiser pour des Chinois des voyages dans leur propre pays («domestic licence»). Grâce à quoi, en 2007, Kuoni a réalisé un chiffre d'affaires de 68 millions de francs dans le pays.

COMME LE MARCHÉ INDIEN

L'intérêt du marché chinois réside moins pour Kuoni dans la part des voyageurs potentiels, que dans leur nombre absolu. Les Chinois qui peuvent se permettre de voyager à l'étranger sont au nombre de 100 millions environ. Ce nombre augmente sensiblement et rapidement, même si sur les 1,3 milliard d'habitants que compte la Chine, la grande majorité ne possède pas, et pour longtemps encore, les moyens d'entreprendre un voyage à l'étranger.

Cette conquête du marché chinois ressemble à celle du marché indien, il y a dix ans. A l'époque, Kuoni a racheté des marques connues, en Inde, pour les développer à son propre compte. Aujourd'hui, le groupe suisse est le plus grand organisateur de voyages vers et en provenance d'Inde. Avec sa filiale sur place,



Bio Express

Peter Rothwell, 50 ans, fils d'un professeur d'université, a financé une partie de ses études à Oxford en travaillant comme guide touristique. Ensuite, il est entré chez TUI, où il a grimpé les échelons jusqu'au plus haut niveau de l'entreprise. Pilote, cavalier et skieur passionné, il parle couramment le français et l'allemand. Il est marié pour la seconde fois, père de deux enfants, et vit à Zoug. Il passe ses week-ends dans son domaine des environs de Londres.

il est actif dans la prise en charge d'hôtes, il offre des voyages d'affaires et s'occupe de l'organisation de visas d'entrée pour dix pays différents.

Les Chinois qui peuvent se permettre de voyager à l'étranger sont au nombre de 100 millions environ.

DES PROFITS POUR LA SUISSE

Le développement de ses activités en Chine représente une étape importante dans l'histoire du voyageur suisse, qui a fêté ses 100 ans en 2006. Et-china est particulièrement bien implantée dans le sud de la Chine et dispose d'une plate-forme internet reconnue pour les voyages individuels. La licence d'Et-china pour les voyages hors du pays a également été décisive dans la prise de participation par

Kuoni. Car seules quelques sociétés triées sur le volet reçoivent du gouvernement chinois l'autorisation d'emmener des groupes à l'étranger.

Le tourisme suisse profitera également de l'engagement de Kuoni dans l'Empire du Milieu, et par ricochet, Kuoni lui-même: de plus en plus de touristes chinois viennent en Suisse, et ils y restent de plus en plus longtemps. Selon les experts de la branche, le nombre des nuitées des hôtes chinois augmentera à 800'000 d'ici à 2015. Et dans quelques années, la Chine devrait détrôner le Japon en tant que principal marché asiatique. Car la croissance des nuitées des touristes chinois devrait ne connaître aucune limite à l'avenir.

Souvent les Chinois optent pour la Suisse en tant que destination unique en Europe – malgré la possibilité de visiter plusieurs pays de l'espace Schengen. Car ils associent la Suisse à des valeurs comme la fiabilité, la propreté et une nature intacte. Des destinations connues comme Lucerne ou la Jungfrau sont particulièrement prisées en Chine. Les statistiques montrent que les Chinois voyageant en Europe sont majoritairement de jeunes cadres dans la trentaine ou la quarantaine appartenant à une classe moyenne en plein essor. Parmi les autres groupes importants, on trouve des personnes fortunées de tous âges, qui ont déjà beaucoup voyagé en Asie. Les hommes d'affaires qui prennent part à un congrès international – et la Suisse en organise beaucoup – complètent la liste.

BIENTÔT LE BRÉSIL

Le patron de Kuoni ne voit pas son groupe comme candidat à un rachat. Il ne parle pas non plus de vente ni de fusion. Au contraire, l'appétit de Peter Rothwell pour de nouvelles

QUESTIONS CLÉS

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶

Comment envisagez-vous l'avenir de Kuoni?

PETER ROTHWELL ▶ Kuoni est un entreprise suisse indépendante, financièrement saine, avec presque 104 ans d'histoire. Nous sommes l'un des plus grands voyagistes actifs au niveau global et les seuls à nous spécialiser et à nous positionner dans

le segment «premium».

Contrairement à nos grands concurrents, nous ne possédons pas d'équipements, pas d'hôtels, ni d'avions. Pour cette raison, nos coûts fixes sont bas. De plus, nous avons, au niveau mondial, notre propre gestion des destinations. Nous maîtrisons également toute la chaîne de création de



Les Chinois associent la Suisse à des valeurs comme la propreté et une nature intacte.

valeur. Notre principal potentiel de développement se situe dans l'efficacité des nos modèles d'affaires. Actuellement, nous y travaillons sans discontinuer.

A quoi ressemblera l'année 2010?

Je m'attends à ce que la demande en voyages augmente durablement à partir

du second semestre 2010. Le premier semestre devrait être difficile. Certains marchés – tels que la Suisse – ne dépasseront pas le creux de la vague avant la fin de l'année. Nous utilisons la crise pour investir de manière anticyclique et pour développer le groupe Kuoni, afin de tirer un profit maximum de la reprise.

acquisitions semble intact: «Nous allons procéder à de nouveaux rachats au courant de 2010.»

Etrangement, l'Amérique du Sud est pratiquement absente de l'assortiment du voyageur. «L'Amérique latine nous intéresse, dit Peter Rothwell. Nous allons commencer par le Brésil. Toutefois, il existe là-bas un très grand organisateur de voyages qui se situe au-delà de nos ambitions stratégiques.» En attendant, le Britannique poursuit son expansion en prescrivant pour Kuoni une stricte concentration sur le segment très rentable des voyages à thème, individuels et haut de gamme. Le secteur «premium», qui comprend aussi bien des vacances de luxe aux Maldives qu'un trekking au Népal, constitue la moitié du chiffre d'affaires actuel du groupe, qui se monte à 4,8 milliards de francs.

A ce propos, René Weber de Vontobel ne manque pas de relever que le groupe dispose de réserves. Malgré le changement d'orientation décrété, la présence de ces réserves est rassurante. «Depuis la baisse de ses capacités l'été dernier, Kuoni a certes toujours un problème de marges. Mais le groupe dispose d'un bilan très solide et ne présente pas de dettes», dit-il. Le groupe peut ainsi affronter la tempête, même si elle dure. Et les chances d'une évolution positive sont grandes. Car la voie choisie par Kuoni, réunir ses forces pour faire face à la crise et exploiter systématiquement les créneaux les plus lucratifs du marché touristique, a de l'avenir. ■ KUNN



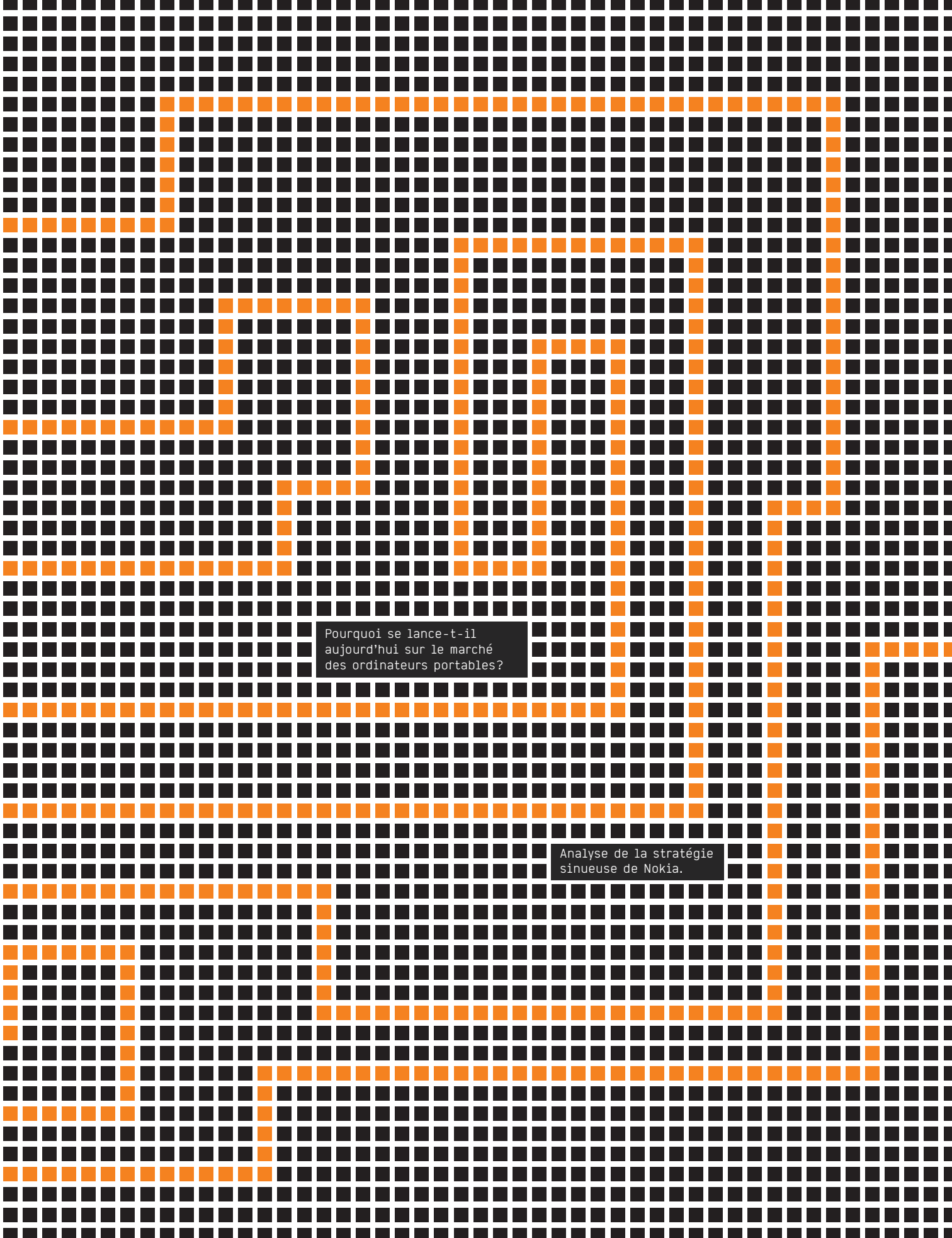
Martin Parr/Magnum



LA RIPOSTE DE NOKIA

C'est l'histoire d'un groupe qui vend une quinzaine de téléphones mobiles chaque seconde dans le monde.

Le géant finlandais résistera-t-il à l'assaut de l'iPhone, du Blackberry et du smartphone de Google?



Pourquoi se lance-t-il
aujourd'hui sur le marché
des ordinateurs portables?

Analyse de la stratégie
sinueuse de Nokia.

Attaqué sur son terrain par l'iPhone d'Apple, le géant du téléphone mobile diversifie son offre et se lance sur le marché des mini-PC portables.

Analyse. Par Ludovic Chappex

Branle-bas de combat chez Nokia! Stimulé par de nouveaux concurrents qui empiètent sur son territoire, le plus grand constructeur mondial de téléphones mobiles a choisi de riposter là où on ne l'attendait pas forcément: sur le marché des mini-PC portables. Disponible en Suisse depuis le mois de février, le Booklet 3G, positionné haut de gamme, incarne cette révolution.

C'est que Nokia traverse une passe difficile sur le segment en pleine explosion des smartphones – ces mobiles multimédias permettant de surfer facilement sur internet, de consulter ses e-mails ou de regarder des vidéos. En l'espace d'une année, le Blackberry du canadien Research in Motion (RIMM,U), et surtout l'iPhone de l'américain Apple, ont pris l'ascendant dans cette catégorie de produits.

Et pour corser le tout, Google vient à son tour d'entrer dans la ronde en dévoilant son smartphone Nexus au mois de janvier dernier. Sans même parler de la nouvelle tablette tactile d'Apple, l'iPad, un concept hybride permettant de surfer sur le web et d'envoyer des e-mails, et qui a créé un buzz énorme sur la toile ces dernières semaines.

Après être tombé dans le rouge pour la première fois en dix ans au troisième trimestre 2009, le Finlandais vient toutefois de rassurer en affichant des résultats supérieurs aux prévisions des analystes pour le quatrième trimestre. Sa part de marché a pro-

gressé à 39% contre 37% un an plus tôt. Reste que sur l'ensemble de l'année 2009, le bénéfice net a chuté de 78% à 900 millions d'euros, contre 4 milliards en 2008. Le chiffre d'affaire annuel recule lui de 19% à 41 milliards.

Histoire de montrer ses muscles et de rendre à chacun la monnaie de sa pièce, Nokia diversifie donc ses activités, mais en suivant le chemin inverse d'Apple: du marché des téléphones mobiles vers celui des ordinateurs portables (ou Netbooks), un marché également en forte croissance.

Ces produits vendus à bas prix (autour de 500 francs), moins puissants que les laptops traditionnels, se distinguent par leur légèreté, leur petite taille et leur capacité d'accès à internet.

Nouveau venu, le Booklet 3G assume son statut haut de gamme. Ce que confirme son prix élevé de 1'100 francs. Nokia récuse d'ailleurs la terminologie «net-book» pour son modèle de mini-PC, qui intègre notamment des fonctions de connexion et de connectivité abouties. La critique salue le rendu et la résolution de l'écran (1280 x 720 pixels), la qualité de fabrication, et surtout l'autonomie exceptionnelle de plus de 12 heures en utilisation courante, incluant le surf sur internet ou la consultation d'e-mails. Bref, Nokia a soigné son bébé. De quoi jouer les troubles-fêtes sur le marché florissant des mini-PC, pour lequel Gartner prédit des ventes de 37 millions d'unités en 2010

(contre 11,7 millions en 2008). Mais si la presse spécialisée loue la qualité du produit, les experts de la finance, eux, font la moue: «L'incursion de Nokia sur le marché ultra-concurrentiel des Netbooks n'a qu'une portée marginale, affirme Uwe Neumann, analyste chez Credit Suisse. Nokia vise d'abord le coup marketing avec son Booklet 3G, il veut prouver qu'il reste un acteur majeur dans le domaine des appareils internet mobiles (mobile internet device ou MID).»

«Nokia a besoin de se diversifier car il a pris du retard dans le domaine des smartphones. Or, si ce secteur a explosé plus vite et à plus large échelle que prévu, précise Olivier Chichportiche, rédacteur en chef adjoint du site Zdnet.fr, consacré aux nouvelles technologies. Les téléphones mobiles classiques, moteur du business de Nokia, se vendent moins bien – du moins dans les pays riches – et génèrent moins de marge.»

Nokia envoie des anthropologues dans des coins reculés pour enseigner l'usage du téléphone.

Selon les analystes, la firme finlandaise aura beaucoup de mal à combler rapidement son retard sur le terrain des smartphones. Non qu'elle soit technologiquement à la traîne. C'est en fait son système d'exploitation Symbian, jugé trop compliqué, qui souffre de la comparaison avec celui d'Apple, notamment. «Pour les développeurs, il est dix fois plus simple et rapide de créer une application pour l'iPhone que pour un smartphone Nokia, explique Uwe Neumann de Credit Suisse. Or le nouveau système d'exploitation de Nokia n'est pas attendu avant la fin de 2010... C'est une situation très délicate

pour le géant finlandais qui ne dispose pas de smartphone réellement compétitif et cherche actuellement des solutions.»

Nokia fut pourtant le premier constructeur à proposer des téléphones mobiles à écrans tactiles, cela dès 2004 – soit trois ans avant l'apparition de l'iPhone! – mais il n'a pas su exploiter cet avantage, ne voyant pas venir la révolution préparée par Apple. Résultat: le finlandais accuse le coup au chapitre ergonomie et confort d'utilisation. En taille et en nombre de produits vendus, Nokia demeure toutefois l'acteur dominant du marché des mobiles, écoulant 15 téléphones par seconde dans le monde, d'après ses propres chiffres. Un avantage comparatif que la marque européenne veut exploiter au maximum dans les pays émergents, où ses modèles low-cost rencontrent un grand succès. En Afrique ou en Inde, par exemple, il est fréquent que des gens se groupent pour acheter un téléphone d'entrée de gamme, comme le Nokia 1616, et payent en commun l'abonnement à un opérateur ou un service. Nokia va même jusqu'à expédier des anthropologues dans les coins les plus reculés de la planète pour enseigner l'usage de la téléphonie mobile... Reste que ce type de produits offre des marges bien inférieures à celles générées par les smartphones dernier cri.

Si 2009 s'est avéré une année à oublier pour le Finlandais, l'entreprise se montre néanmoins optimiste pour l'exercice en cours. Elle a averti qu'elle ne lâcherait rien en 2010 et qu'elle prévoyait de conserver ses parts de marché en écoulant 500 millions de terminaux. La partie n'est pas jouée, mais elle sera difficile. ▲

■ NOK1V



«Nokia doit régler ses problèmes de logiciel.»

Le cours de l'action Nokia vu par Sanjay Jhaveri, analyste chez Vontobel.

«Hormis pour les traders qui achètent et revendent dans un laps de temps très court, l'action Nokia n'est pas un placement recommandable en ce moment. Le système d'exploitation des mobiles Nokia (le logiciel Symbian, *ndlr*) est dépassé techniquement et trop compliqué à exploiter pour les développeurs. Or, un bon produit passe par un bon logiciel. Les spécialistes le savent bien et ils attendent de voir ce qu'offrira la prochaine génération.

Mais disons que leur confiance en Nokia s'est un peu érodée, à la suite de nombreux faux pas du constructeur.

Quant au Netbook Booklet 3G, je crois qu'il s'agit d'abord d'une option marketing, une manière d'occuper le terrain. Ce n'est pas sur ce marché hautement concurrentiel que Nokia peut dégager d'importants bénéfices. Pour les gens qui possèdent des actions Nokia, je recommanderais aux investisseurs les plus offensifs de vendre leurs actions à hauteur de 11-12 euros. Les investisseurs plus défensifs devraient quant à eux conserver leur titre, mais ils doivent s'attendre à une performance en léger retrait par rapport à la tendance du marché.

Aujourd'hui, le marché considère Nokia comme une compagnie fragilisée. Cependant, si elle résout ses problèmes, le potentiel de hausse existe malgré tout. C'est ce qui rend la décision de vente à découvert ou de spéculation à la baisse difficile sur ce titre... Je pense cependant que la probabilité d'une amélioration est relativement faible.»

LES JEUX VIDÉO REPRENNENT DES COULEURS

Dans le sillage de la récession, le secteur du divertissement électronique se scinde en deux. Alors que les ventes de jeux vidéo devraient légèrement croître en 2010, celles des consoles continueront à baisser.

Par Marie Maurisse

Sur le marché des jeux vidéo, l'optimisme reste de mise malgré une année 2009 aux allures de catastrophe. En chiffres? En Suisse, sur les trois derniers mois de l'année, le secteur a enregistré une baisse de 16% par rapport à la même période de 2008, selon les données de l'Association suisse du divertissement interactif (SIEA). Et aux Etats-Unis, qui représentent 45% des ventes mondiales, la contraction est évaluée à 14% dans le même intervalle, selon l'agence américaine NPD. Au Japon, le chiffre d'affaires du secteur a chuté de 7% en 2009, si l'on en croit le cabinet Enterbrain.

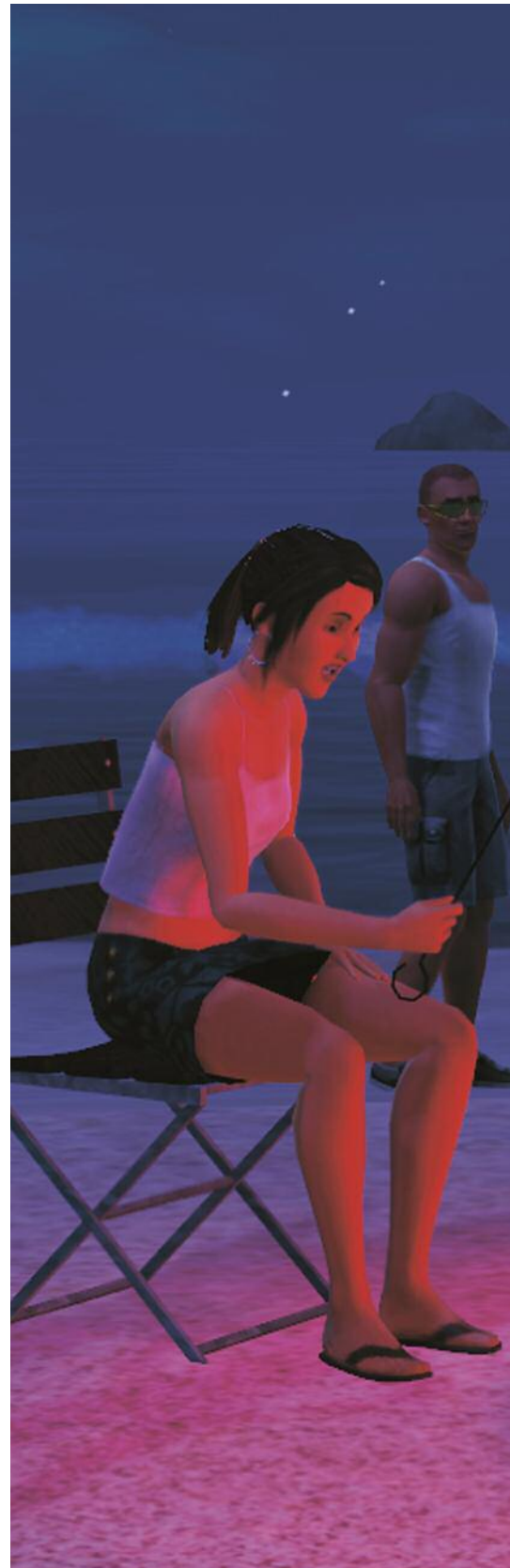
SUPPRESSION DE POSTES

Premières victimes de cette contraction, les sociétés cotées, comme Ubisoft ou Nintendo, ont vu dégringoler le cours de leurs actions; le titre de la société japonaise est passé de 50 dollars en janvier 2009 à 33 aujourd'hui sur le Nasdaq. Pour éviter la catastrophe, la plupart de ces firmes ont réagi en réduisant leurs dépenses d'investissement, considérables dans ce domaine. A titre d'exemple, Electronic Arts a dépensé en 2008 1,4 milliard de dollars en recherche et dévelop-

pement, soit plus de 32% de son chiffre d'affaires. Il y a un an, elle a annoncé la suppression de 1'000 postes dans le monde et la fermeture de neuf studios.

Pourtant, avant la crise, le secteur semblait florissant. Il y a une dizaine d'années, le chiffre d'affaires mondial du jeu vidéo a durablement dépassé celui du cinéma. Pour 2008, il se montait à près de 41 milliards d'euros. En Suisse, la SIEA parlait même d'une année «record» en 2008, avec un bénéfice en hausse de 10% par rapport à l'année précédente et un chiffre d'affaires de 460 millions de francs pour l'ensemble de la Confédération.

D'où venait une telle croissance? Les nouvelles consoles, comme la Wii, ainsi que des programmes plus accessibles au grand public sont venus élargir la gamme. Et, du même coup, le nombre de clients potentiels. Aujourd'hui, les adolescents ne sont plus les seuls à investir dans des jeux de course ou de simulation. Les Nintendo DS ont investi le salon des familles, les poches des cadres et celles des femmes, qui représentent désormais 28% des consommateurs de jeux vidéo.





Les Sims [Electronic Arts]

Après une forte hausse en 2008, les ventes de Wii et de Playstation 2 sont en baisse.

SATURATION DU MARCHÉ

Les spécialistes distinguent le marché des consoles, dit «hardware», de celui des jeux, dit «software». Ces deux domaines, bien que complémentaires, évoluent chacun à leur rythme. Sur le plan mondial, la vente totale de consoles subit une contraction, et ce depuis une année. «Après une forte hausse en 2008, les ventes de la Wii et de la Playstation 2 sont en baisse», déclare David Riley, directeur du groupe NPD, actif dans la branche.

La raison? Selon Nicolas Akladios, président du réseau des joueurs suisses, il y a une saturation du marché dans ce domaine: «Pratiquement tous les joueurs sont déjà équipés d'une Nintendo DS, d'une Wii ou d'une Playstation et ils ne vont pas en acheter une nouvelle

avant quelques mois», relève-t-il. Ainsi, selon la plupart des experts, dans le segment des hardware, la reprise n'aura pas lieu avant fin 2010. D'autant qu'aucune nouvelle console ne devrait être lancée sur le marché l'année prochaine. Pour enrayer la tendance et relancer les ventes, Sony et Nintendo viennent cependant d'annoncer une baisse des prix de la PSP et de la Wii au Japon et aux Etats-Unis.

STABILITÉ EN 2010

Les jeux vidéo n'ont pas non plus été épargnés par le recul de la consommation. Rien qu'aux Etats-Unis, leurs ventes ont accusé une chute de 31% au premier semestre 2009. Cette contraction due au piratage – Call of Duty: Modern Warfare 2 a été téléchargé illégalement plus de 4 millions de fois

en 2009. Pascal Fillat, rédacteur en chef du magazine suisse «Start2play», préfère citer un trop-plein de jeux en rayons: «Plus de 500 jeux vidéo sortent chaque année, généralement au même moment, explique-t-il. Avec la crise, les budgets des acheteurs ne peuvent plus suivre!» Pour autant, les sociétés vont échelonner leurs sorties et distribuer quelques jeux très attendus, comme Tekken VI chez Atari ou Avatar chez Ubisoft, ce qui devrait maintenir les chiffres à la hausse pour l'année en cours. La SIEA l'affirme: «Nous attendons pour 2010 une légère reprise, en particulier grâce à la vente des jeux.» Conclusion: avec des ventes de consoles qui baissent et des ventes de jeux qui rebondissent, le marché global devrait rester stable cette année voire se reprendre.▲



Call of Duty: Modern Warfare (Activision-Blizzard)

Les ventes de jeux souffrent du piratage et d'une offre pléthorique: 500 jeux paraissent chaque année.



ATARI, AUX SOINS INTENSIFS

La marque américaine mythique sort à peine du tunnel. En quelques années, le prix de son action a chuté de 80 à 7 euros, la société n'ayant pas su gérer l'émergence d'internet. Après avoir été reprise par les Français d'Infogrames, elle a réduit ses coûts. Aujourd'hui, ses résultats redécollent (chiffre d'affaires en hausse de 26% fin 2009), mais sans bénéfices spectaculaires. La sortie de Tekken VI est cependant très attendue. ATA



ACTIVISION-BLIZZARD, LA TÊTE DANS LES ÉTOILES

Le leader mondial depuis 2007 appartient à Vivendi. La société franco-américaine revendique un chiffre d'affaires de 1'493 millions d'euros au premier semestre 2009. Elle détient deux des cinq jeux les plus vendus aux États-Unis et en Europe – Guitar Hero World Tour et Call of Duty: World at War. Elle possède également World of Warcraft, le gagnant toutes catégories avec 13 millions d'abonnés dans le monde. «Activision vient de sortir la nouvelle version de Call of Duty: Modern Warfare, note Nicolas Akladios. Ce sera certainement le jeu de l'année.» En effet, cette nouvelle version a enregistré 550 millions de dollars de recettes pour les cinq premiers jours de sa mise en vente, ce qui en fait le plus grand lancement de l'industrie des loisirs à ce jour. ATVI



GAMELOFT, UN SUCCÈS DE NICHE

La petite société française, fondée par un des frères Guillemot (Ubisoft), indique un chiffre d'affaires de 90 millions d'euros en 2009 (en hausse de 18% sur les neuf premiers mois). Elle est numéro un mondial des jeux sur téléphones mobiles – un secteur porteur grâce au succès de l'iPhone. GFT,E



ELECTRONIC ARTS, RISQUE DE RACHAT

L'ancien numéro 1 mondial, qui a installé son siège européen à Genève, accuse fortement les effets de la crise. Malgré un chiffre d'affaires s'élevant à 4,2 milliards de dollars, la firme enregistre au final 1 milliard de dollars de pertes et a connu deux restructurations en deux ans. Pourtant, elle possède les licences de jeux à succès comme Les Sims ou FIFA. Mais ceux-ci ne suffisent pas à contrer les «blockbusters» édités par Activision. D'où les rumeurs de rachat d'Electronic Arts (EA) par Microsoft. «La transaction pourrait se faire, pense Pascal Fillet, le rédacteur en chef de «Start2play». Mais je ne pense pas que ce soit pertinent pour Microsoft, qui n'a pas édité grand-chose pour sa XBOX 360.» De son côté, Microsoft Game Studios dit «n'avoir aucune intention» d'acheter EA.

ERTS



UBISOFT, PRUDENCE

L'entreprise, créée par les frères Guillemot en 1986, figure en troisième place du classement mondial des éditeurs indépendants de jeux vidéo. Avec la crise du secteur, la valeur de son action a accusé une baisse record de 29% en 2009. Mais la bonne santé du groupe donne espoir pour la suite. «Ils mènent une gestion patrimoniale, indique Emmanuel Forsans, fondateur et responsable de l'Agence française pour le jeu vidéo (AFJV). Leur taux d'endettement est sain.» Pour assurer de bonnes ventes, la société a décalé la sortie de nouveaux jeux au premier trimestre de 2010, quand la concurrence sera moins forte (Avatar). Elle a également fait un joli score fin 2009 avec 1,6 million de copies vendues du jeu Assassin's Creed 2. UBI



Finance comportementale

Ces émotions
qui gouvernent
les marchés

...ERREUR # 1

...VOUS BASEZ VOTRE DÉCISION SUR
L'INFORMATION FOURNIE PAR VOTRE
MÉMOIRE, PLUTÔT QUE SUR CELLE DONT
VOUS AVEZ BESOIN...

...ERREUR # 2

...VOUS PRÉFÉREZ L'INFORMATION
CONFIRMANT VOTRE HYPOTHÈSE PLUTÔT
QUE CELLE QUI LA DÉMENT...

...ERREUR # 3

...VOUS PRÉFÉREZ NE PAS GAGNER
UNE CERTAINE SOMME PLUTÔT QUE
DE LA PERDRE...

...ERREUR # 4

...VOUS PRÉFÉREZ GAGNER PEU
À COUP SÛR PLUTÔT QUE BEAUCOUP
AVEC UN RISQUE...

...ERREUR # 5

...VOUS ACCORDEZ TROP
D'IMPORTANCE À L'INVESTISSEMENT
ET REPOUSSEZ LA DÉCISION...

...ERREUR # 6

...VOUS ACCORDEZ TROP
D'IMPORTANCE À L'INFORMATION
ET PRÉCIPITEZ L'INVESTISSEMENT...

Deux sociétés, l'une à Lausanne, l'autre à Zurich, décryptent les composantes irrationnelles de la finance pour permettre aux investisseurs de mieux réussir leurs placements. Par Martine Brocard

L'investisseur a ses raisons que la raison ne connaît pas. Ses choix sont influencés par des facteurs multiples comme l'interprétation des données à disposition, la gestion de ses propres émotions et la relation avec les autres. C'est ce que prouvent plusieurs expériences qui ont ébranlé la notion d'un «Homo œconomicus» totalement rationnel dans ses décisions d'ordre économique.

L'investisseur classique a peur de perdre. Une expérience a démontré que pour accepter de prendre le risque de perdre 100 francs, la plupart des gens veulent une possibilité de gain de 200 à 300 francs, soit deux à trois fois supérieure à la somme susceptible d'être perdue, même si les chances de gagner ou de perdre sont équivalentes. De plus, une partie des investisseurs préfèrent perdre avec les autres plutôt que d'avoir raison tout seul, tandis que d'autres surestiment leurs capacités à gérer leurs placements.

Ces façons de prendre des décisions, incompatibles avec le concept d'Homo œconomicus sont nombreuses. Certaines sont qualifiées de biais psychologiques. Elles touchent tellement d'investisseurs qu'elles finissent par influencer les marchés

sous la forme d'actions au prix surévalué, d'opportunités de gain boudées, ou encore de bulles économiques.

La finance comportementale, une discipline apparue dans les années 1960 étudie ces biais, et ces anomalies du marché. D'abord considérée comme marginale, elle a petit à petit gagné en crédibilité. L'un de ses précurseurs, le chercheur Daniel Kahneman a d'ailleurs été récompensé par le Prix Nobel d'économie en 2002.

En Suisse, Behavioural Finance Solutions, une jeune pousse du Swiss Banking Institute de l'Université de Zurich et Quantevior, une société de conseil basée à Lausanne, sont également spécialisées dans cette discipline. Toutefois, leurs approches diffèrent. «Nous cherchons à aider l'investisseur à mieux contrôler ses émotions et à dominer ses biais en nous basant sur les expériences de psychologie et d'économie comportementale», dit Enrico De Giorgi, professeur assistant de finance à l'Université de Lugano et de mathématiques à celle de Saint-Gall et partenaire de Behavioural Finance Solutions, qui publie les dix fautes les plus fréquentes des investisseurs sur son site (en anglais)*. Parmi les biais classiques: l'ancrage mental

qui pousse à s'attacher à des chiffres ou des événements marquants pour prendre une décision, même s'ils n'ont aucune pertinence dans un cas précis, l'instinct grégaire qui mène à imiter les décisions d'autres investisseurs pour se sentir rassuré par la présence du groupe, ou le déni de réalité qui fait que l'on rejette des informations mettant en doute nos convictions plutôt que de réagir face à un changement.

«Nous avons mis au point «un profileur de risques», un outil qui consiste en deux questionnaires détaillés et adaptés à chaque investisseur. Il permet de déterminer les biais éventuels du sujet et de comprendre sa définition du risque pour pouvoir ensuite lui faire une proposition d'investissement optimale», poursuit Enrico De Giorgi. Cette proposition comprendra surtout des obligations pour quelqu'un avec une forte aversion au risque, tandis qu'elle comportera plus d'actions si la personne est prête à risquer des pertes pour gagner plus. «Nous insistons sur l'importance de donner au client un retour très clair sur les particularités de son profil de risque. S'il comprend pourquoi on lui fait ces recommandations, il arrivera à mieux réagir dans une situation de marché difficile.»

Behavioural Finance Solutions ne conseille pas directement les investisseurs, mais vend son modèle et ses conseils aux gestionnaires de fonds. Elle compte UBS, Credit Suisse et la Deutsche Bank parmi ses clients.

Les investisseurs préfèrent perdre avec les autres plutôt que d'avoir raison tout seul.

En Suisse romande, Quanteviour cherche plutôt à «tirer profit des tendances générées par la psychologie». La société s'adresse aux gérants de fortune et à des institutionnels comme des caisses de pension, des assurances et de petites banques. «Nous ne nous intéressons pas aux biais du comportement ni à leurs causes, explique Nicolas Barile, fondateur partenaire de Quanteviour, mais nous cherchons à reconnaître des comportements qui se rapprochent de ceux déjà observés dans le passé afin de nous extraire au maximum de ces biais.»

«Si tous commencent à parler d'un même sujet et que tous partagent le même avis, c'est que le cycle est arrivé à son terme.»

Pour cela, la société analyse quantitativement toutes les données possibles (notamment les actes des investisseurs) sur le marché des dérivés depuis une quinzaine d'années. Elle a mis au point un modèle permettant de «qualifier l'état psychologique du marché». «La logique d'analyse nous donne une vision claire d'une situation euphorique ou pessimiste, dont les conséquences se reproduisent systématiquement. Par exemple, lors d'une euphorie sur un titre, à la fin il n'y a plus suffisamment de bonnes nouvelles à donner, donc la tendance s'inverse, alors qu'elle serait restée stable sans cette euphorie.»

Quanteviour propose notamment un abonnement pour un suivi stratégique trimestriel comprenant des données multiples, dont des données comportementales. Cet abonnement donne aussi droit à des



Daniel Kahneman (à gauche) reçoit le Prix Nobel d'économie pour ses recherches en finance comportementale.

alertes e-mail. «Début octobre, nous avons envoyé une alerte comportementale parce que ces variables s'étaient détériorées. Elles étaient entrées dans une zone d'euphorie qui implique une rémunération insuffisante des risques pris», raconte Nicolas Barile.

La société aimerait encore perfectionner son modèle en incluant une analyse systématique des analystes financiers et des médias. «Ces derniers souffrent également des biais qu'on retrouve chez les investisseurs: si tous commencent à parler d'un même sujet et que tous partagent le même avis, c'est que le cycle est arrivé à son terme.» Tant Nicolas Barile qu'Enrico De Giorgi sont convaincus du rôle grandissant que la finance comportementale tiendra dans le futur. Pour conclure, le second cite le professeur Richard Thaler, un autre précurseur de la discipline. «Dans un futur pas si lointain, le terme de «finance comportementale» sera considéré comme un pléonasme. Quelle autre sorte de finance y a-t-il?» ▲

* www.bhfs.ch/TheBhFSway.aspx

Excès de confiance!

Plusieurs types de biais sont susceptibles d'empêcher l'investisseur de faire des choix rationnels. Des biais cognitifs, dus à une interprétation erronée des informations à disposition, des biais émotionnels dus à la peur, l'admiration, l'orgueil, etc. ainsi que des biais sociaux, induits par notre rapport aux autres. Mais la liste n'est pas exhaustive. Des études sont en cours au sujet de biais culturels, tandis que d'autres ont démontré que certains biais sont liés au genre.

L'excès de confiance compte parmi ceux-là. Ce biais consiste à donner trop de crédit aux informations et à immédiatement réagir en conséquence. Ce qui pousse l'investisseur à effectuer de nombreuses transactions. Comme chaque transaction est facturée par la banque, l'opération risque de coûter plus qu'elle ne rapporte. Selon plusieurs études, ce travers concerne majoritairement les hommes.

FÉLICITATIONS AU NOUVEAU SWISSQUOTE MAGAZINE



Maxomedia et Universal McCann félicitent chaleureusement Swissquote pour le lancement du nouveau magazine ainsi que pour l'année 2009 couronnée de succès ! Depuis des années, Swissquote propose des solutions de trading online innovantes associées au savoir bancaire traditionnel. Nous nous réjouissons de pouvoir accompagner notre client dans toutes ses mesures de communication et attendons avec impatience la prochaine édition de Swissquote Magazine.



MAXOMEDIA

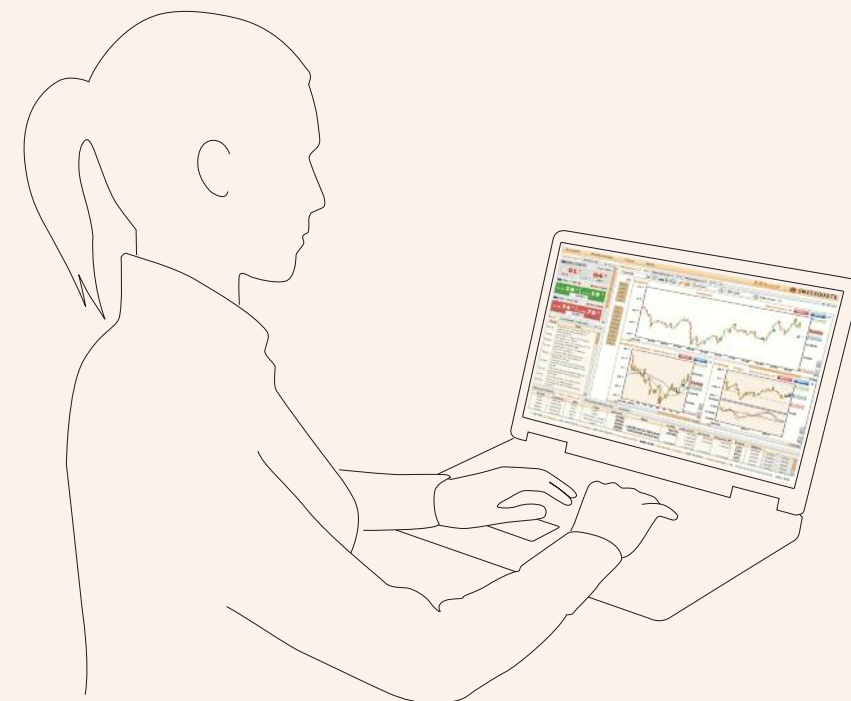
AGENTUR FÜR CROSSMEDIA-KOMMUNIKATION BSW

FXBook, le Forex facile

Pour mieux répondre aux besoins des clients, les ingénieurs et techniciens de Swissquote ont entièrement remodelé la plate-forme de trading en ligne. Objectif: la rendre plus fonctionnelle et plus agréable d'utilisation.

La plate-forme eForex de Swissquote a fait peau neuve. Cet outil permet de spéculer en ligne sur le marché des changes ou Forex, raccourci du Foreign Exchange, où s'achètent et se vendent des devises de la planète entière. Pour ce faire, il dispose de toute une série de nouvelles fonctionnalités. Baptisée FXBook, cette nouvelle plate-forme a été créée par les techniciens et ingénieurs de Swissquote, et mise en service à la fin de l'année dernière. Elle offre à l'utilisateur la possibilité de traiter une quarantaine de paires de devises, dollars contre yens ou francs contre yens, etc., en plus de l'or et de l'argent.

Une première version de la plate-forme eForex avait été lancée par Swissquote en mars 2008 déjà. A l'époque, Swissquote avait fait appel à une société extérieure qui lui louait un système «clés en main». «Très vite, nous avons souhaité une plate-forme plus rapide et s'intégrant directement aux comptes de la clientèle, explique Loïc Guezennec, responsable du développement de produits de la banque en ligne. Dorénavant, ces fonctionnalités sont incorporées dans la nouvelle version, ce qui en simplifie l'accès.» En effet, la plate-forme est équipée d'un logiciel embarqué, un applet intégré dans le navigateur web de l'utilisateur. Ce qui permet de se connecter depuis n'importe quel ordinateur, Mac ou PC, sans avoir besoin de télécharger et d'installer de logiciel spécifique.



COURS, GRAPHIQUES ET CALENDRIER ÉCONOMIQUE

«L'avantage d'un outil maison est que ce sont nos propres ingénieurs qui s'en occupent, indique Patrick Louis, analyste métier chez Swissquote et très impliqué dans la conception du nouveau FXBook. Ils en assurent la maintenance, ainsi que l'évolution en tenant compte des désirs de ses utilisateurs.» Bref: Swissquote possède désormais la maîtrise absolue de cette plate-forme. «Pour le moment, elle est entièrement anglophone, poursuit l'analyste

métier. Mais nous la traduirons.» A première vue, le nouvel outil ne semble pas très différent de l'ancien. Mais à l'utilisation, il s'avère très vite plus souple et plus convivial.

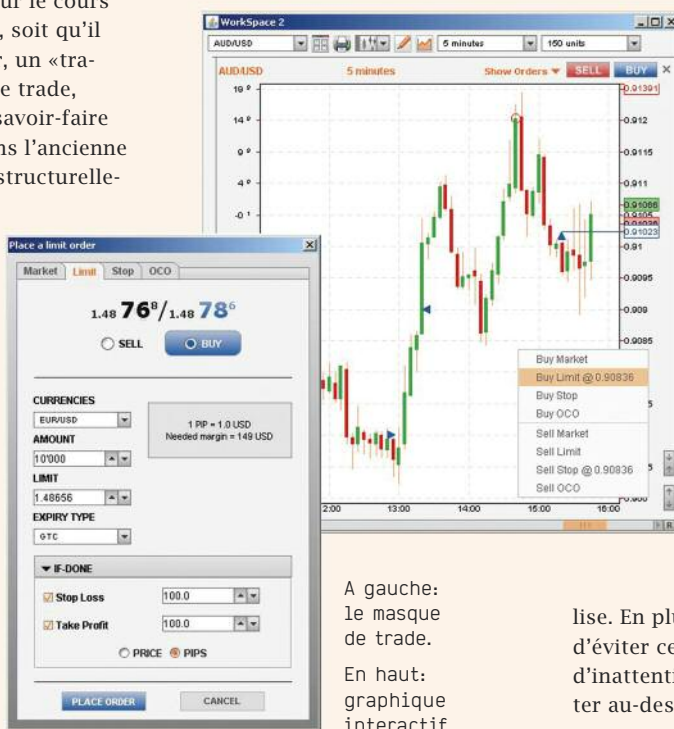
FXBook se présente sous la forme d'un grand tableau contenant une zone d'affichage des prix en temps réel en haut à gauche, une zone graphique sur la droite, retraçant l'historique des cours, un tableau des news fourni par Dow Jones; tout en bas de la page, figure une quatrième zone qui permet au client de gérer

son compte. «Et enfin, le dernier point concerne le calendrier économique, accessible dans la zone des news. Il permet de savoir à quelle heure aura lieu la publication des chiffres clés de l'économie, décrit encore Patrick Louis. Ils ont un impact important sur les variations de cours du Forex.»

Lorsque le client clique sur le cours de change qui l'intéresse, soit qu'il veuille vendre ou acheter, un «trading mask» ou masque de trade, apparaît. «C'est là où le savoir-faire de Swissquote opère. Dans l'ancienne version, le masque était structurellement compliqué, trop verbeux, un trop grand nombre de fonctionnalités y étaient expliquées. Nous avons supprimé ces précisions, qui figurent de toute façon dans un guide. Le masque devient plus aéré, et le cerveau peut se concentrer sur l'essentiel, le trading.» Sur ce masque peuvent apparaître une dizaine d'informations. Les cases sont préremplies selon les préférences du client de manière plus élaborée et détaillée que la première version: le prix d'achat ou de vente apparaît automatiquement selon ces préférences, meilleur vendeur ou acheteur, exprimées en pour-cent ou en pips (1 pip équivalant à la quatrième décimale pour la plupart des paires).

Mais, en raison d'un phénomène de levier bien connu, l'univers du eForex est dangereux. «Les clients de Swissquote peuvent spéculer avec des montants 100 fois plus élevés que ce qu'ils ont en compte», dit l'analyste métier. C'est pourquoi le masque de trade FXBook permet de voir la marge nécessaire pour ouvrir une position. «Et si vous entrez une somme déraisonnable ou que vous ne disposez pas d'un pouvoir d'achat

suffisant, le système vous avertit par un message d'information, avant de vous bloquer.» Ou alors, si la marge totale du compte n'est pas suffisante, c'est Swissquote qui, après deux e-mails d'avertissement, ferme automatiquement les positions du client trop téméraire. Ce système de liquidation permet de protéger à la fois le client et la banque.



A gauche: le masque de trade.
En haut: graphique interactif.

En outre, la plate-forme FXBook offre une nouvelle fonctionnalité: le client peut gérer en temps réel ses positions et ses ordres directement sur le graphique. Ce système existait déjà, mais il était sommaire. «Nous l'avons fortement développé et affiné, déclare Patrick Louis. Nous ne voulions pas réinventer la roue, alors nous sommes allés voir la concurrence pour en retirer ce qui se faisait de mieux, avant d'élaborer une synthèse.» Résultat? Un outil simple et convivial où tous les ordres et toutes les positions se manipulent avec la souris, à l'aide de flèches, de menus déroulants et de pointillés de couleur. Bleu vous êtes acheteur, et rouge vous êtes vendeur. Cette possibilité de placer

ou de modifier des ordres, de protéger ou de fermer des positions directement sur les graphiques est l'aspect le plus novateur et le plus interactif du système.

GAIN DE TEMPS

Par exemple, le client acheteur place simplement sa souris sur le chart, au niveau du prix d'achat souhaité.

Le système affiche le prix ainsi choisi, et si cela lui convient, le client n'a plus qu'à confirmer. «Le masque apparaît alors avec le prix déjà défini, souligne Patrick Louis. Cela représente un gain de temps, et c'est une source d'erreurs en moins. Et là, l'utilisateur n'a plus qu'à attendre dans son fauteuil que cela se passe.» Il peut également modifier un ordre ouvert à l'aide de la souris, en faisant glisser la flèche ou le trait qui le matérialise.

En plus, le système permet d'éviter certaines erreurs classiques d'inattention lorsque l'on veut acheter au-dessus du meilleur vendeur par exemple, ce qui est une aberration. «Là encore, le système guide le client», dit Patrick Louis. Un filet de sécurité supplémentaire pour ce dernier.

Les personnes intéressées par la nouvelle plate-forme peuvent s'inscrire gratuitement à un compte de démonstration, pour une durée de deux mois, à l'adresse suivante:
www.swissquote.ch/index/index_forex_f.html





Petits certificats, grand effet

L'équipe suisse de X-markets s'est forgée une solide réputation ces dernières années sur le marché suisse comme l'un des prestataires¹ de pointe dans le domaine des produits à levier. X-markets bénéficie de l'expertise internationale de Deutsche Bank pour les opérations sur warrants.

Actuellement, les investisseurs peuvent utiliser la large gamme de produits X-markets, en particulier pour les Swiss Mid Cap et les Blue Chips.

Le saviez-vous?

Vous avez accès via Swissquote à plus de 1 000 produits à levier sur des titres suisses négociés à la SIX. En outre, vous pouvez négocier de nombreux produits X-markets à levier cotés aux Bourses de Francfort et Stuttgart par l'intermédiaire de Swissquote.

Toutes les informations sur les warrants sont disponibles sur notre site www.xmarkets.ch

X-markets, your access to the
global investment expertise
of Deutsche Bank.
www.xmarkets.ch
Hotline: +41 44 227 34 20
E-mail: x-markets.ch@db.com

A Passion to Perform.

Deutsche Bank



Un accès aux marchés du monde entier directement depuis son iPhone

L'application pour iPhone de Swissquote permet à l'investisseur d'accéder, en temps réel et quel que soit le lieu où il se trouve, aux informations financières qui lui sont utiles. Elle lui offre même la possibilité de passer des ordres.

Dès l'arrivée euphorique de l'iPhone 3G sur le marché, l'idée a germé dans les esprits de l'équipe dirigeante de Swissquote: créer une application permettant aux clients de la banque en ligne d'accéder directement aux principaux marchés du monde entier grâce à leur appareil. Car l'intégration de l'App Store dans ce modèle révolutionnait tout. L'utilisateur ayant dès lors la possibilité de télécharger toutes sortes d'applications sur son téléphone. «Notre direction voulait une application fonctionnelle le plus vite possible après le lancement de l'iPhone 3G», raconte André Burri, spécialiste de la téléphonie mobile au sein de Swissquote et responsable de projet.

Ce fameux iPhone de la deuxième génération est sorti au début de juillet 2008, et avant la fin du mois, l'application de Swissquote était déjà disponible dans App Store, le magasin en ligne d'Apple. «Nous voulions être à la pointe techniquement, mais nous n'avions pas prévu que nous aurions un tel succès, poursuit le jeune chef de projet. La première application que nous avons mise au point a été téléchargée 250'000 fois.» Depuis, elle enregistre une moyenne de 3,5 millions d'accès chaque mois. En outre, la dernière version mise à jour a été téléchargée 30'000 fois en une semaine. «Nous estimons donc à 30'000 le nombre de nos utilisateurs réguliers dans le monde, plus de 80%

se trouvent en Suisse», commente André Burri. Pour lancer ce produit, André Burri et Ariane Pasquier, développeurs de la banque en ligne, ont commencé par travailler avec la société externe Sen:te, spécialisée dans le développement de logiciels, avant de reprendre le produit à leur compte et de le faire évoluer à l'interne. Car, depuis sa création, l'application pour iPhone de Swissquote n'a cessé de s'étoffer. «Notre première version offrait un accès à une liste des cotations personnalisables, avec leurs détails et leurs graphiques, dit André Burri. Ensuite, nous avons fait évoluer l'application en ajoutant plusieurs fonctionnalités, notamment le temps réel, les news, une liste d'indices, une liste de devises et, tout récemment, la possibilité de passer un ordre de Bourse directement sur le compte de Swissquote accessible depuis l'application.»

Pour bénéficier de l'application Swissquote, il faut disposer d'un iPhone ou d'un iPod touch, et d'iTunes. Dès lors, l'application «Swissquote» pour iPhone est disponible dans la rubrique «Finance» de l'App Store. Elle peut être téléchargée directement depuis un iPhone ou un iPod Touch, ou encore depuis un ordinateur par le biais de l'application iTunes.



Autre possibilité intéressante, qui concerne tous les usagers d'un téléphone mobile (iPhone et autres): ils accèdent directement à la plate-forme Swissquote mobile en utilisant l'adresse: <http://mobile.swissquote.ch>. Cette plate-forme offre les informations principales du site de Swissquote, tout en étant adaptée à l'écran de l'appareil. Au début 2010, l'équipe s'est étoffée afin de développer une nouvelle application iPhone pour le Forex, ainsi que des applications pour les plate-formes BlackBerry et Android. Ces dernières devront en principe voir le jour cet été.

Les progrès techniques dans le domaine sont tellement rapides, qu'il y a fort à parier que cette fonction continuera à se développer de mois en mois. Et ce d'autant que le secteur de la communication mobile est en plein boom. Selon une récente étude du cabinet d'analyse Forrester Research, l'usage de l'internet mobile croîtra à un rythme très soutenu ces prochaines années en Europe de l'Ouest: si son taux de pénétration était de 17% environ en 2009, il devrait atteindre 30% en 2012 et 39% en 2014. ▲



Un fonds géré par un ordinateur

Développé par les mathématiciens maison, le fonds quantitatif de Swissquote est basé sur un algorithme lui permettant de maintenir le risque constant au cours du temps.

Sans frais, basé sur un principe de prudence et directement accessible sur le site, le nouveau fonds quantitatif Swissquote Quant Swiss Equities, possède de nombreux atouts. C'est le premier produit financier développé par Swissquote. Mis au point grâce à l'expérience d'une équipe composée de deux mathématiciens, deux physiciens et un doctorant en éconophysique, ce fonds a célébré sa première année d'existence le 7 janvier 2010, avec une fortune sous gestion de 4 millions de francs. Mais, à terme, Swissquote espère atteindre plusieurs dizaines de millions.

Signe particulier du Swissquote Quant Swiss Equities: il permet de maintenir le risque de marché constant au cours du temps. « Dès sa création en janvier 2008, notre département s'est spécialisé dans la gestion du risque, raconte Serge Kassibrakis, physicien et responsable du département de finance quantitative de Swissquote, pour expliquer la genèse du produit. Nous possédons donc la culture et les compétences techniques nécessaires à la mise en place d'un tel fonds.»

Les scientifiques de Swissquote ont amélioré l'approche classique, en ceci que, dans le calcul du risque et du rendement espéré, ils ont remplacé la notion de volatilité par celle de *value at risk* ou VaR (lire encadré). En outre, ils ont développé une mesure du potentiel de hausse d'un titre plus sophistiquée que le simple rendement espéré utilisé dans la théorie classique. «Notre fonds quantitatif est basé sur un algorithme qui gère lui-même la politique d'investissement, poursuit le jeune physicien.

La VaR [de l'anglais *Value at Risk*, ou valeur sous risque] permet de mesurer le risque de marché d'un portefeuille d'instruments financiers. Elle correspond au montant de pertes qui ne devrait être dépassé qu'avec une probabilité donnée sur un

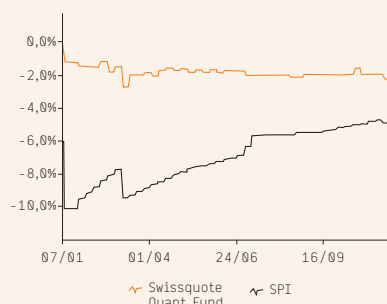
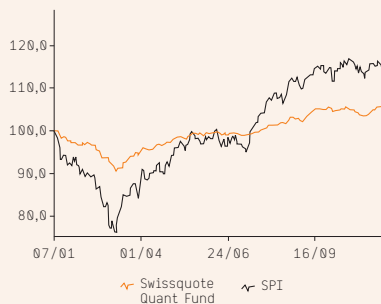
horizon de temps donné. Introduite en 1994 par la banque d'affaires JPMorgan et mondiale-ment connue depuis Bâle II, la VaR est aujourd'hui la mesure la plus utilisée par l'industrie financière pour le contrôle et l'évaluation du risque.

Si la VaR dépasse le niveau de risque prévu, l'algorithme se met automatiquement en marche et procède à une réallocation des actifs du portefeuille afin de retrouver le niveau de risque prévu par Swissquote.» L'algorithme n'est pas livré à lui-même sans surveillance: «Nous vérifions quotidiennement que le contenu du portefeuille respecte le prospectus et le contrat de fonds, note-t-il encore. En outre, nous contrôlons régulièrement la pertinence de nos calculs par de nombreux backtests.»

Conséquence de cette gestion prudente, le Swissquote Quant Swiss Equities limite les pertes dans des conditions de marché baissières. Le 8 mars, au plus fort de la crise, le fonds n'avait perdu que 10% depuis son lancement, contre un recul de 23% pour le Swiss Performance Index (SPI). Mais dans les phases de rebonds bru-

taux, le fonds performe moins bien que le SPI: le fonds Swissquote a terminé l'année 2009 sur une progression de 7,2%, alors que le SPI s'adjuge 18% pour un risque en moyenne trois fois supérieur à celui du fonds.

Swissquote Quant Swiss Equities est un fonds de droit suisse en valeurs mobilières du (SPI), approuvé par la Finma. «Ce qui signifie que nous devons nous soumettre à un certain nombre de contraintes et sommes contrôlés», explique Serge Kassibrakis. En outre, ce produit ne contient que des actions. Il n'utilise ni leviers, ni positions shorts, ni produits dérivés. Un produit idéal pour les investisseurs échaudés par les turbulences de la crise financière. ▲



Bonne nouvelle:

Nous ne
proposons
pas tout.

ETF + produits structurés

Moins peut être un plus. C'est pourquoi nous nous concentrons, en Suisse, sur une offre à large spectre en ETF et produits structurés. Découvrez l'engagement d'un leader de l'innovation et les opportunités extraordinaires qui vous permettront de tirer le plus grand parti de vos placements à chaque attente du marché. Rendez-nous visite sur Internet:

www.comstage-etf.ch, www.zertifikate.commerzbank.ch ou contactez-nous au 0800 11 77 11.

La Bourse, mode d'emploi

Qu'est-ce que la Bourse? Quels produits y traite-t-on? Quelle est la différence entre un ordre «market» et un ordre «limit»? Explications de nos spécialistes.

Swissquote compte 135'000 clients, ce qui signifie 135'000 gestionnaires qui ont accès aux Bourses du monde entier: les 23 plus importantes, auxquelles se sont ajoutées, en 2009, une soixantaine d'autres Bourses mondiales. Quelques rappels historiques et techniques.

LE NÉGOCE BOURSIER, UNE PRATIQUE ANCESTRALE

Les Bourses sont des marchés destinés aux titres et aux devises. On y négocie des prix et on y opère des achats et des ventes. La notion de négoce boursier remonte à l'Antiquité. En France, le premier lieu de change est créé à Paris en 1141 sous l'impulsion de Louis VII. Ensuite, avec l'augmentation continue du nombre de fondations de places boursières depuis le Moyen Age, le poids économique de la Bourse est devenu prépondérant. La Bourse garantit un équilibre entre l'offre et la demande. Elle permet aussi d'accroître la mobilité du capital.

UNE VARIÉTÉ DE PRODUITS

Divers produits se traitent en Bourse. Les principaux sont les actions, les obligations et les options. Les investisseurs peuvent réunir des titres de natures différentes dans leur portefeuille. Ils peuvent les équilibrer selon qu'ils acceptent de prendre des risques ou préfèrent une gestion plus prudente. Ou selon qu'ils investissent à court ou à long terme.

La transaction a lieu dès que le vendeur et l'acheteur parviennent à se mettre d'accord sur le prix. Ce qui fait la spécificité du négoce

boursier est qu'il réunit l'offre et la demande dans le temps et dans l'espace. Il permet également une uniformisation des transactions. Aujourd'hui, ce processus est géré électroniquement et est étroitement surveillé, conformément à des prescriptions juridiques très strictes.

LE NÉGOCE EN LIGNE

Jusque vers la fin des années 1990, seules de rares institutions, comme les banques, bénéficiaient d'un accès direct à la Bourse. Les investisseurs étaient obligés de passer par leurs

banques et de suivre des procédures lourdes et coûteuses.

Aujourd'hui, Swissquote offre une véritable alternative. En intégrant des systèmes de négoce (trading) en ligne à une plate-forme d'informations pointue et conviviale pour l'utilisateur, Swissquote permet un accès simple et direct aux marchés. Du fait que le client place lui-même ses ordres (lire encadré) et que ces derniers parviennent à la Bourse en quelques secondes, l'investisseur évite des frais et de lourdes procédures administratives. ▲

LES 4 TYPES D'ORDRES

Market: Un ordre «market» ou «au mieux» est exécuté au meilleur cours demandé ou offert. Le cours n'est donc ni fixé à l'avance ni garanti. L'ordre «market» a l'avantage d'être immédiatement exécuté. Il est prioritaire sur tous les autres types d'ordres et s'utilise pour négocier les valeurs très liquides. Sur un titre à faible volume, il risque de se heurter à un volume d'offres restreint, dont la limite sera supérieure ou inférieure au cours habituel.

Limit: ce type d'ordre est le plus utilisé et présente une bonne sécurité. L'acheteur indique le prix maximum qu'il veut payer, et le vendeur le prix minimum où il veut vendre. Si aucune des parties n'accepte de traiter dans la limite fixée, aucune transaction n'est conclue. Ce n'est qu'au moment où le titre atteint le niveau préfixé que l'ordre est automatiquement exécuté.

Stop: L'ordre «stop» est un ordre conditionnel qui ne sera placé qu'au moment où un prix prédéfini aura été atteint. Il sera alors automatiquement introduit dans le carnet d'ordre comme ordre «market», sans garantie sur le prix. Concrètement: un client achète un titre en espérant que son prix augmente. Afin de limiter sa perte si le titre devait malheureusement baisser, le client peut placer un stop à un certain niveau (par ex. -15%) du cours d'achat. Si le titre atteint ce niveau de baisse, il est automatiquement revendu.

Stop-limit: Un ordre «stop-limit» se place de la même façon qu'un ordre «stop», à ceci près qu'il sera converti en ordre «limit» dans le carnet d'ordre, et non en ordre «market». Il permet de définir une fourchette de prix d'exécution. En revanche, l'exécution n'est pas garantie si le cours reste continuellement en dehors de cette fourchette.



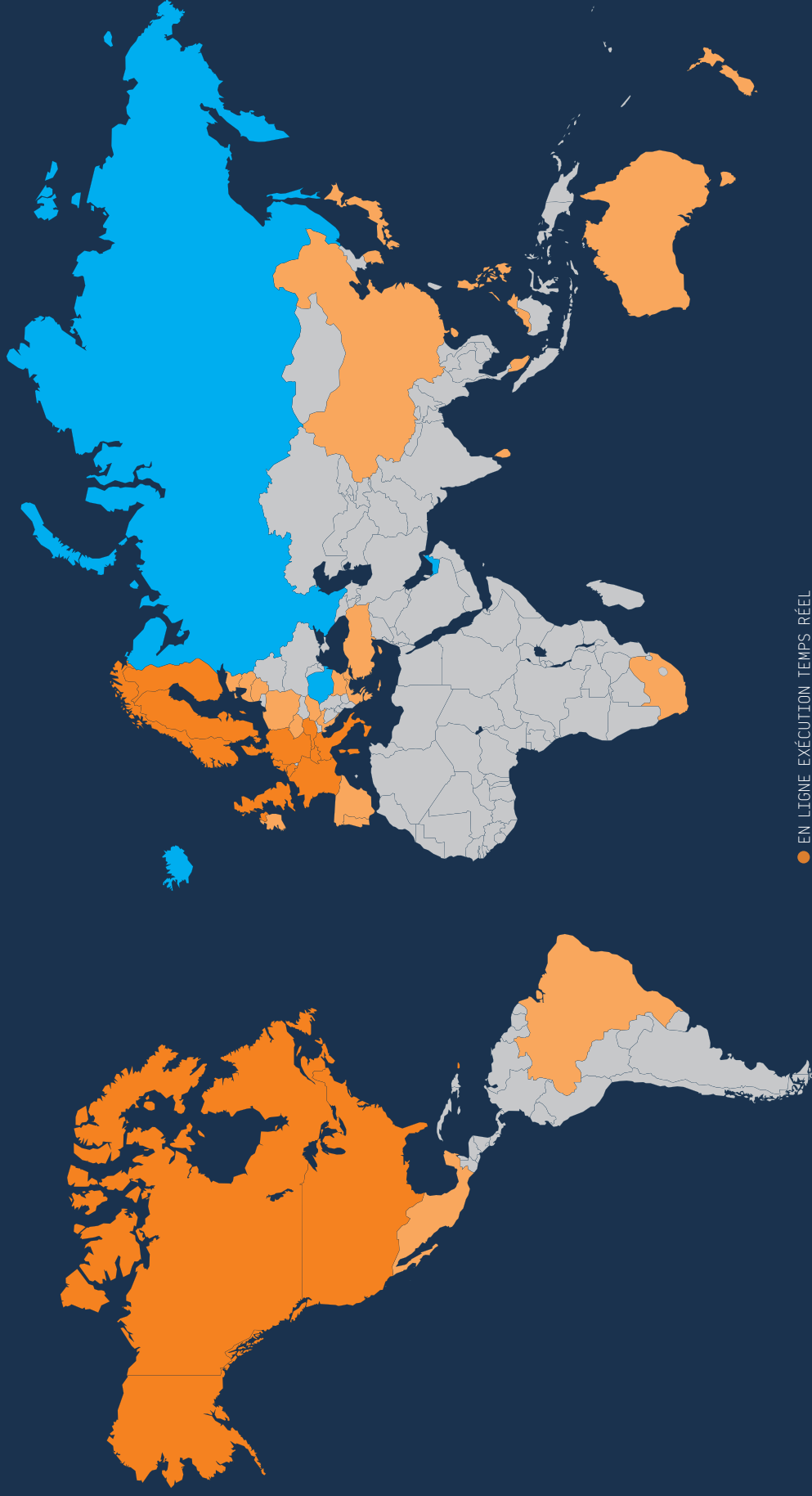
LargeNetwork

www.LargeNetwork.com

LargeNetwork
Press agency
6, rue Abraham-Gevray
1201 Geneva, Switzerland
+41 22 919 19 19
www.LargeNetwork.com



LA CARTE DE TRADING GLOBAL DE SWISSQUOTE



Le négoce international sur tous les marchés financiers importants du monde.

Que ce soit durant vos voyages d'affaires ou vos vacances, avec votre PC portable ou avec votre iPhone – Swissquote dépasse toutes les frontières.

VOYAGE

Echappée belle aux îles émeraudes

Dans les archipels des mers du Sud, quelques établissements d'exception conjuguent accueil raffiné et nature intacte.

Exemples en Polynésie française et au large du Mozambique. Par Martine Brocard et Anne-Christine Mota



Lagons polynésiens

Avec ses plages de sable blanc, ses cocotiers et ses dégradés de bleus qui se déclinent à l'infini, le Taha'a Island Resort & Spa est l'endroit rêvé pour une escapade à deux. Situé sur le motu (îlot de sable corallien, *ndlr*) Tautau qui fait partie de l'archipel des îles de la Société, l'hôtel donne sur le volcan éteint de Bora Bora, l'île voisine.

Ses bungalows sur pilotis, à l'architecture polynésienne classique, semblent flotter sur l'eau émeraude et transparente. Luxueusement équipés, chacun d'entre eux possède sa propre terrasse munie de chaises longues et d'une petite échelle qui mène directement au lagon. Les vacanciers qui préfèrent dormir sur la terre ferme peuvent opter pour l'une des villas sur la plage avec piscine privée.

Ce complexe possède également un spa renommé. Le Manea spa dispense ses soins dans une cocoteraie,

entre un petit lac et le lagon. Au programme: jacuzzi, massage, exfoliant coco et monoï pour garantir un bronzage tahitien. A ne pas rater: le massage à la vanille pratiqué dans le lagon.

Les amateurs peuvent également s'adonner à la planche à voile, voguer en pirogue ou pratiquer la plongée dans des sites riches en biodiversité. ▲



Hotel Taha'a Island Resort & Spa *****
Prix par nuit et par personne
Bungalow suite pilotis
Taha'a: dès 682 francs
Villa plage avec piscine privée: dès 776 francs

Bungalow suite pilotis
Sunset: dès 804 francs
Transfert depuis l'aéroport:
182 francs par personne
www.letahaa.com

Fert Voyages
Rue le Corbusier 22A
CP 2364
1208 Genève
T. +41 22 839 43 92
Fax +41 22 347 67 80
www.fert.com

Nova Tours
Schönenwerderstrasse 35 B
5001 Aarau
T. +41 62 823 33 23
www.novatours.ch



Tahiti Tourisme



Îlots au large du Mozambique

Petite virgule flottant sur l'océan Indien, l'île de Medjumbe ne mesure qu'un km de long sur 400 m de large. Encore peu connue en raison de la guerre civile qui a ravagé le Mozambique jusqu'en 1994, cette île magnifique rappelle les Seychelles d'il y a vingt ans. Par ailleurs, ses récifs coralliens et ses eaux turquoise valent à la région le surnom de «Caraïbes Africaines».

A quelques pas du lagon, les 13 bungalows du luxueux Medjumbe Island Resort allient style, confort et intimité. Tous disposent d'une petite piscine privée en plus d'une magnifique salle d'eau avec vue sur la mer. Les amoureux de l'océan seront séduits par la panoplie d'activités proposées. Un centre de plongée dispense des cours et organise des sorties à la rencontre de la faune et de la flore particulièrement bien préservées des récifs coralliens alentour. L'hôtel offre également des parties de pêche et prête le matériel nécessaire pour pratiquer le kayak de mer, le pédalo ou la plongée libre (snorkeling). La piscine surplombant l'océan constitue un promontoire de choix pour observer les baleines

et les dauphins qui ondulent dans cet archipel des Quirimbas.

Un séjour sur l'île de Medjumbe s'accorde bien avec une visite de l'île d'Ibo, prospère port de commerce de la côte est-africaine pendant cinq cents ans. Cette île a été successivement colonisée par les marchands arabes puis par les Portugais qui en ont fait le chef-lieu de leur administration coloniale jusqu'au XX^e siècle. L'hôtel Ibo Island Lodge reçoit les vacanciers dans trois maisons coloniales rénovées avec goût.▲



Hotel Medjumbe Island Resort ****

Prix par nuit et par personne
Bungalow sur la plage:
entre 565 et 660 francs
www.medjumberesort.com

Circuit de 8 jours sur les îles de Medjumbe et d'Ibo
en pension complète:
dès 5'050 francs par personne

Au Tigre vanillé
Rue de Rive 8
1204 Genève
T. +41 22 817 37 37
Fax +41 22 817 37 39
www.autigrevanille.ch

Hotel Ibo Island Lodge ****

Prix par nuit et par personne
Chambre double:
entre 368 et 395 francs
www.iboisland.com

African Collection Tours

Goldbacherhof
Seestrasse 29
8700 Küsnacht
T. +41 44 912 38 50
www.african-collection.ch
Séjour de 6 jours/5 nuits
au Medjumbe Island Resort
Prix indicatif par personne,
pension complète
3'510 francs chambre double
5'095 francs chambre single



Neofumbe Island Resort

Hybrides: le luxe responsable

Sur le segment haut de gamme, toujours plus de grands constructeurs annoncent des modèles à motorisation mixte thermique et électrique.

Tour d'horizon. par Ludovic Chappex



Malgré son poids de 2,5 t et sa puissance colossale de 485 ch, le nouveau BMW X6 ActiveHybrid ne consomme que 9,9 l aux 100 km.

D'un salon automobile à l'autre, impossible désormais d'échapper à la vague hybride. Cette technologie qui associe moteur thermique et moteur électrique permet d'abaisser la consommation d'énergie et donc de diminuer les émissions polluantes. Tous les grands constructeurs se lancent, y compris les moins attendus sur ce terrain, à l'instar de Porsche.

L'allemand s'apprête en effet à commercialiser dès cette année une variante hybride de son puissant SUV Cayenne. Même Ferrari a annoncé qu'il travaillait au développement d'une telle motorisation! Une vraie révolution dictée par l'urgence écologique mondia-

lisée. Et une question d'image pour les marques qui ne peuvent plus ignorer cette tendance.

A ce jeu, un constructeur a pris tout le monde de vitesse et dispose d'une expérience encore inégalée: le japonais Toyota qui, en 1997 déjà, étreignait sa fameuse Prius, première automobile hybride essence-électrique mise sur le marché. Une technologie sans cesse améliorée et dont profite désormais l'ensemble de la gamme Lexus hybride, la division luxe de Toyota.

Mercedes a réagi le premier en lançant à l'automne dernier une version singulière de sa classe S,

la dénommée S400 Hybrid. Avec une nuance près par rapport à Lexus: ici, le moteur électrique ne peut pas propulser la voiture tout seul. Dans la Mercedes, le bloc électrique se contente de prêter assistance au moteur à essence. Le constructeur allemand a choisi une technologie différente, qu'il conviendrait plutôt d'appeler «mild hybrid», mais qui présente aussi certains avantages, à commencer par une plus grande légèreté et un encombrement très réduit (lire l'encadré p.90).

Si les grandes marques ont plutôt temporisé jusqu'ici, le calendrier des sorties va s'accélérer en 2010. Un hybride haut



de gamme, et non des moindres, viendra ainsi compléter l'offre dès ce printemps... BMW a en effet dévoilé au Salon de Détroit son SUV X6 ActiveHybrid qui, à l'instar des modèles de la gamme Lexus, peut rouler en mode tout électrique. Ce mastodonte de 2,5 t, capable d'expédier le 0 à 100 km/h en cinq secondes à peine, sera disponible en Suisse dès le mois d'avril. Dans la foulée, Porsche devrait annoncer la commercialisation de son Cayenne Hybrid, dont la présentation aura lieu en mars au Salon de Genève.

Evidemment, d'un point de vue rationnel, il est permis de douter

LA RÉFÉRENCE LEXUS

Pour environ 150'000 francs (sans options), la Lexus LS 600h concentre tout le savoir-faire de Toyota, pionnier des technologies hybrides. Finitions irréprochables, pléthore d'innovations techniques, fiabilité éprouvée, les prestations n'ont rien à envier aux plus désirables limousines allemandes. La combinaison d'un puissant huit cylindres de 5 l et d'un moteur électrique musclé offre une puissance totale de 445 ch. De quoi mouvoir allègrement ce vaisseau de 2,5 t, tout en affichant une consommation des plus raisonnables vu la puissance disponible (9,3 l/100 km, selon le constructeur).

Dotée de quatre roues motrices – un argument de poids sur le marché suisse – la LS 600h soigne tout particulièrement ses occupants: installation hi-fi haut de gamme, console centrale avec glacière, lecteur DVD. Sur la version longue (LS 600h L), l'option «President Package» donne accès à des raffinements ultimes avec,

notamment, un siège arrière droit qui peut s'incliner et masser son occupant.

Dans leurs segments respectifs, les autres véhicules hybrides de la gamme Lexus ne démeritent pas. Qu'il s'agisse du SUV RX 450h (299 ch) ou de la berline GS 450h (345 ch), tous deux équipés d'un V6 3,5 l et d'un moteur électrique, la critique salue unanimement l'efficacité du système et le confort routier.

A ce niveau de gamme, Lexus reste l'une des rares marques – avec désormais BMW – à proposer un système capable de fonctionner en mode tout électrique, donc sans émissions polluantes. Le moteur électrique permet la mise en mouvement du véhicule et assure son déplacement à faible vitesse, jusqu'à environ 40 km/h. Le moteur thermique prend ensuite le relais, de façon automatisée et imperceptible pour le conducteur. En cas de forte accélération, les deux moteurs s'activent simultanément pour fournir un maximum de puissance.



Lexus LS 600h

de la pertinence du système hybride... Certains diront que la démarche vise surtout à se donner bonne conscience, s'agissant de véhicules aussi lourds et énergivores. Quelle logique y a-t-il à vouloir réduire la consommation et les émissions polluantes si, simultanément, la course à la

puissance reste de mise? Certes, mais après tout, n'est-ce pas déjà mieux que rien?

«A performances équivalentes, les moteurs diesel modernes consomment aussi peu, voire moins, qu'une motorisation hybride, souligne Raphaël Leuba, qui suit les

nouvelles technologies à la «Revue automobile». Cela explique que sur un marché comme l'Europe, où le diesel est très apprécié, les constructeurs ne se soient pas tout de suite précipités sur les technologies hybrides. En ce qui concerne les rejets de CO₂, le diesel fait également bonne

figure. En revanche, il pêche au chapitre des émissions d'oxydes d'azote. Sur ce point, la technologie hybride représente une solution plus écologique.» Précisons que les modèles hybrides (chez Lexus comme chez Mercedes) n'ont jamais besoin d'être branchés sur le secteur.

MERCEDES, L'ALTERNATIVE SOFT

Si Mercedes ne révolutionne pas l'hybridation avec sa S400 Hybrid, la marque à l'étoile apporte néanmoins quelques innovations technologiques appréciables. Le moteur électrique se distingue par sa compacité et son poids limité (l'ensemble du système ne pèse que 75 kg).

Logé dans le carter du convertisseur, entre la boîte automatique à sept rapports et le V6 essence, ce bloc électrique se présente sous la forme d'un disque épais. Il assure son propre fonctionnement en récupérant l'énergie cinétique du véhicule lors des phases de décélération et de freinage. L'énergie récupérée est stockée dans une batterie lithium-ion, une solution que Mercedes étrenne en première mondiale, et qui offre une autonomie supérieure et un poids réduit de moitié par rapport à une batterie traditionnelle.

Dans le détail, le moteur essence six cylindres 3,5 l fournit à lui seul une puissance de 279 ch et

dispose d'un couple de 350 Nm. Lors des phases d'accélération, le moteur électrique entre en action et porte le couple maximal à 385 Nm.

Le système offre une fonction d'arrêt et de démarrage automatique du moteur essence. Le V6 s'éteint à moins de 15 km/h en phase de décélération, par exemple à l'approche d'un feu rouge, et redémarre aussitôt que le conducteur relâche les freins pour accélérer. La compacité du système a l'avantage de préserver intégralement le volume du coffre, un avantage par rapport à la solution de Lexus, plus encombrante et installée derrière les sièges arrière.

Au final, avec une consommation de 7,9 l/100 km, la S400 Hybrid reste un peu plus gourmande que la version diesel S 320 CDI, mais elle conserve une avance en termes d'émission de polluants (seulement 186 gr de CO₂ émis par km, une valeur très basse pour la catégorie). Une manière élégante de contribuer au développement durable, contre un chèque de 130'000 francs (sans options).

La batterie se recharge automatiquement, soit via la récupération de l'énergie du freinage, soit en produisant de l'électricité à partir du moteur tournant à grande vitesse.

Mais au-delà des détails comparables, opter pour une voiture hybride c'est aussi s'offrir le luxe d'un véhicule exclusif, en avance sur son temps. Une évolution subtile du fameux signe extérieur de richesse. Une étude, réalisée en 2006 par l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich (ETHZ) et portant sur le profil des acheteurs de ce type de voitures, a fait ressortir un trait caractéristique: leur intérêt marqué pour les nouvelles technologies. C'est particulièrement vrai en Suisse, où Lexus vend 80% de ses modèles en version hybride, contre seulement 42% de modèles hybrides dans le reste de l'Europe.

Parmi les clients Mercedes, l'hybridation ne suscite pas encore le même engouement: «En Suisse, la S400 Hybrid représente environ 15% des commandes de nouvelles Classe S, constate Oliver Peter, chef de la communication de Mercedes-Benz Suisse. Les gens se montrent intéressés par le principe, mais ils préfèrent attendre un peu.» Il se trouve aussi que la S400 Hybrid n'est pas disponible en version quatre roues motrices. Or, les Suisses raffolent de ce mode de propulsion: 50% des acheteurs de Classe S optent en effet pour l'option 4Matic (disponible sur les versions essence et diesel).

La future S500 Hybrid rechargeable, dont un prototype a été présenté au Salon de Francfort, devrait ouvrir une nouvelle ère, avec une consommation annoncée de 3,2 l/100 km. Mieux qu'une Smart! Mais il faudra patienter avant de la voir sur la route... ▀



Mercedes S400 Hybrid

BMW, L'HYBRIDE DÉBRIDÉ

Pour son premier véhicule hybride, le constructeur bavarois n'a fait aucune concession à son proverbial «plaisir de conduire». Malgré un poids en hausse de 300 kg par rapport au modèle huit cylindres «classique», le BMW X6 ActiveHybrid ne se traîne pas en route. Ce SUV à quatre roues motrices de 2,5 t, qui fait office de vitrine technologique pour BMW, abat en effet le 0 à 100 km/h en seulement 5,6 secondes.

Le X6 ActiveHybrid combine un moteur huit cylindres à double turbo avec deux moteurs électriques synchrones. D'une puissance totale de 485 ch, il peut

rouler en mode 100% électrique jusqu'à une vitesse de 60 km/h, cela sur une distance maximale de 2,5 km. Si l'accélérateur est sollicité, le moteur thermique est automatiquement remis en route. Malgré son poids, le SUV hybride de BMW se contente de 9,9 l aux 100 km, soit une économie de 20% par rapport à la version essence.

Les moteurs électriques du X6 tirent leur énergie d'une batterie NiMH logée sous le plancher du compartiment à bagages. Le volume du coffre est ainsi préservé. Comme ses concurrentes, cette BMW récupère l'énergie cinétique du freinage pour la convertir en énergie électrique.

Le X6 ActiveHybrid arrivera en concession à la mi-avril, au prix de base de 159'000 francs. Une version hybride de la limousine Série 7, fonctionnant selon le même principe et une motorisation similaire, sera également proposée dans le courant de l'année, au tarif de 165'000 francs.



BMW X6 ActiveHybrid

TESLA ROADSTER, LE TOUT ÉLECTRIQUE

A l'image de Lexus sur le marché des voitures hybrides, la marque californienne Tesla Motor dispose d'un coup d'avance dans le segment haut de gamme 100% électrique. Développé sur une base de Lotus Elise, le Roadster Tesla – ce n'est pas le moindre de ses mérites – est déjà disponible au prix de 160'000 francs suisses. «Nous avons livré 250 voitures sur le continent européen l'an dernier», souligne Simon Rochefort, directeur des ventes de Tesla en Europe. Du concret, donc. Cet engin surprenant abat le 0 à 100 km/h

en 3,7 secondes, de quoi rivaliser sans peine avec les meilleures sportives essence du marché. Alors certes, il ne faut pas en attendre le confort d'un coupé grand tourisme (malgré la sono haut de gamme, le cuir et le GPS), mais pour attaquer sur les petites routes, on peut difficilement rêver mieux. En effet, malgré les 400 kg de batteries embarquées (en position centrale arrière, en lieu et place d'un moteur essence), le poids total du Roadster Tesla n'excède pas les 1'230 kg. L'autonomie revendiquée atteint les 290 km sur parcours autoroutier, et près de 350 km pour une utilisation urbaine. Il faut

compter seize heures pour recharger les batteries depuis une prise de courant traditionnelle, mais cette durée descend à trois heures et demie avec un système de recharge rapide, facturé 4'000 francs.

«La Suisse représente notre deuxième marché, juste derrière l'Allemagne», détaille Simon Rochefort. Nous y vendons environ 20% de nos voitures.» Et à quoi ressemble l'acheteur type? «En termes de pouvoir d'achat, je le comparerais à l'acheteur d'une Porsche. Pour le reste, nos clients sont principalement des passionnés de technologie, sensibles au développement durable.»



Tesla Roadster

SPORTS D'ENDURANCE ET RANDONNÉES

Plus jamais sans mon GPS!

Le téléchargement de parcours sur internet révolutionne la pratique du cyclisme et de la course à pied.

Par Ludovic Chappex



C'est une tendance de fond dans les sports d'endurance: toujours plus de coureurs, à pied ou à vélo, utilisent une montre GPS, le nirvana en matière de monitoring... Les derniers modèles combinent en effet le positionnement par satellite et les fonctions plus classiques de cardiofréquences-mètres, telles que les pulsations par minute ou les calories dépensées.

Autrement dit, la topographie du parcours (tracé et dénivelé) se superpose en temps réel avec les performances (vitesse, distance

parcourue, pulsations). Et comme toutes les données sont stockées dans la mémoire de l'appareil, il est ensuite aisé d'évaluer sa sortie sur grand écran, en reliant simplement la montre à un ordinateur.

Mais l'intérêt de cette technologie va plus loin: via internet, il est possible de télécharger les tracés des autres coureurs ou de poster ses propres parcours. Des sites tels que tourfinder.net, tracegps.com ou encore gps-touren.ch, véritables plate-formes

communautaires, proposent des milliers d'itinéraires à effectuer à pied, à vélo, voire même à cheval. Ne reste plus ensuite qu'à charger le circuit de son choix dans sa montre, l'équiper ou l'accrocher au guidon de son vélo, et suivre le tracé qui se déroule sous ses yeux.

«Avec un GPS, vous êtes certain de dénicher le petit sentier qu'il ne fallait pas manquer», explique Michel Maillard, sportif amateur féru de VTT, qui a lancé le site internet www.bikegeneve.ch,



Swiss-image.ch / A. Claude

le sport sont en pleine explosion», relève Romain Walt, chef de produit de Garmin en Suisse, l'un des leaders mondiaux de cette technologie. « Il y a trois ans, quand nous avons lancé les premiers GPS avec fonction cardio, ces appareils étaient encore lourds, plutôt onéreux, et ne disposaient pas d'une grande autonomie. Aujourd'hui, notre modèle le plus récent pour la course pèse tout juste 72 g et dispose d'une autonomie de vingt heures. » Les GPS pour vélo, un peu plus encombrants (environ 100 g), ont comme avantage d'offrir un grand écran en couleur, très pratique pour la lecture de carte.

PLATE-FORME COMMUNAUTAIRE

A noter que sur garminconnect.com, le fabricant américain de GPS propose sa propre plate-forme communautaire: les utilisateurs peuvent y partager leurs tracés favoris, avec la possibilité de visualiser exactement leurs parcours dans Google Maps.

Mais si Garmin mise à fond sur ce nouveau créneau, ses principaux concurrents, les finlandais Polar et Suunto, leaders historiques sur le marché des cardiofréquencemètres, cherchent également à occuper le terrain. A la différence de Garmin qui intègre directement le GPS dans ses montres, Polar et Suunto le proposent en option sous la forme d'un pod externe, porté en brassard ou fixé au vélo. «Ce marché est en nette augmentation, constate Monyka Juchli, responsable marketing chez Polar. Pour notre modèle de base dans le segment «running», nous vendons aujourd'hui autant de capteurs GPS que de capteurs-pied, depuis le lancement du produit au printemps 2009. Et pour notre modèle haut de gamme multisportif (course et vélo), nous vendons deux fois plus de capteurs GPS que de capteurs-pied.»

un portail riche en liens utiles et balades à vélo, proposées au format GPS. «En quelques années, la technologie a énormément progressé, l'antenne des appareils est devenue très sensible, s'enthousiasme cet adepte de la première heure. Mon dernier GPS capte jusque dans le salon.»

Et comme les prix ont chuté au cours des derniers mois (dès 250 francs pour une montre GPS), beaucoup de sportifs du dimanche n'hésitent plus à franchir le pas. «Les ventes de GPS pour

Où télécharger ses parcours?

Gps-touren.ch

Randonnée, VTT, cyclotourisme, course à pied, équitation ou raquettes, ce site collaboratif suisse propose des centaines de tracés GPS, agrémentés d'indications et commentaires. On relèvera le soin tout particulier apporté à l'interface, très claire et intuitive. Disponible seulement en allemand.

Gpsies.com

L'une des plus grandes bases de données sur le web pour le téléchargement de tracés GPS. Disponible dans une grande quantité de langues – dont l'allemand et le français – ce site propose des itinéraires dans le monde entier, adaptés à une très grande variété de sports. Les fichiers sont disponibles dans plusieurs formats. Un portail très complet.

Gps-tracks.com

Disponible en anglais, allemand et en français, ce guide GPS regroupe lui aussi des itinéraires pour la plupart des sports de plein air. Le choix est un peu moins vaste que sur gpsies.com. Bon descriptif des itinéraires avec évaluation de leur attrait esthétique.

Tourfinder.net

Essentiellement destiné aux sportifs allemands et suisses alémaniques, cette plate-forme fait la part belle aux itinéraires pour VTT, même si les autres sports ne sont pas complètement oubliés. Exclusivement en allemand.

Tracegps.com

Limité à la France, ce site très complet offre des milliers d'itinéraires, dans des sports aussi variés que le VTT, la course à pied, l'équitation ou le canoë-kayak. Un forum bien documenté répond aux questions et éventuels problèmes techniques des sportifs internautes. En français uniquement.

BOUTIQUE

Numériser des 33 tours

Lancée en début d'année, la platine DP-200USB de Denon numérise directement les disques vinyles vers une clé USB. Il suffit pour cela d'insérer la clé dans le tourne-disque et de presser sur les boutons start et record. Le tourne-disque, par ailleurs entièrement automatique, est livré avec un logiciel de classement et de reconnaissance des pistes. Ou comment passer de l'époque des Talking Heads à celle de Santigold sans même le noter.

Platine Denon DP-200USB
www.denon-online.ch

419.-



Mode urbaine

Après ses célèbres besaces multicolores, Freitag lance une collection de sacs plus sobres mais toujours aussi tendance. Parmi eux, le modèle R099 Wyss créé en partenariat avec la revue allemande «Das Magazin».

R099 Wyss de Freitag
www.freitag.ch

470.-



Combiné en couleur

Réputé pour ses produits au design audacieux, Bang & Olufsen propose désormais le combiné sans fil BeoCom 2 en une multitude de couleurs. Cette nouvelle gamme comprend sept coloris vifs (bleu, noir, gris, jaune, blanc, rouge et aluminium) et polis. La mémoire du téléphone peut comporter jusqu'à 200 noms et numéros.

BeoCom 2
www.bang-olufsen.com

1'320.-

L'heure féminine

La collection printemps-été 2010 d'Hermès revisite une montre emblématique de la marque. Outre le boîtier en acier qui évoque l'initiale de la maison, les chiffres 2 et 4 du cadran se distinguent par leur couleur rouge. Le modèle est aussi disponible serti de diamants.

Heure H
www.hermes.com

1'830.-





Précieuse écriture

Sur le stylo-bille «Création de l'hiver» de la maison genevoise Caran d'Ache, une fée finement gravée sur un revêtement de platine répand 58 cristaux Swarovski.

Création de l'hiver, Caran d'Ache
www.carandache.ch

265.-

Vélo de poche

Championnes de la mobilité douce, les bicyclettes de type trial de la marque espagnole Monty qui propose désormais un modèle pliant de seulement 13 kg facile à ranger dans un placard et à transporter sur l'épaule.

Monty F-20 Logik
www.swissmonty.com

600.-



Boîte à son

Avec son amplificateur de basse intégré, le GenevaSound S offre notamment un système de commande TouchLight qui n'apparaît que lorsque l'utilisateur tend la main vers l'appareil. Et il fait aussi office de réveil-matin et de radio.

Geneva Sound S
www.genevalab.com

495.-



Green washing

Depuis quelques années, des scientifiques tentent de démontrer le pouvoir dépolluant des plantes vertes. Il semblerait que certaines espèces soient capables de capter par l'intermédiaire des micro-organismes de leur feuillage les composés organiques volatiles qui polluent nos intérieurs. Nouvelle étoile du design français versé dans la science et les idées utopiques, Mathieu Lehanneur a travaillé sur cette propriété végétale en compagnie de David Edwards, chercheur à Harvard. Ensemble, ils ont développé Andrea, une capsule qui aspire l'air ambiant pour le faire filtrer par un aloe vera placé à l'intérieur. Prometteur.

Filtre à air Andrea
www.mathieu1ehanneur.com
www.laboshop.fr

230.-

«Avec mon carnet de notes»

Par Yves Behar

«Le rôle du designer est double. Le designer doit d'abord comprendre ce dont le monde a besoin en termes de nouvelles expériences; puis, dans un second temps, il doit exprimer ce besoin de manière pure à travers le design, créer quelque chose d'original et d'unique, tout en étant pertinent. C'est un processus qui commence très en amont de la création de l'objet. Le design ne concerne pas que l'apparence des choses. Il doit aussi être porteur d'idées fortes qui incarnent le XXI^e siècle, comme le développement durable, l'équité ou l'accès de tous à l'information.

Tous ces éléments mis ensemble impliquent la participation des consommateurs dans l'élaboration des nouveaux produits. C'est pourquoi je regarde beaucoup autour de moi. J'observe ce que mon entourage exprime par son comportement. J'écoute les conversations. Je suis très attentif au discours des gens sur ce qu'ils cherchent et ne trouvent pas. Je regarde au-delà des produits et des objets qui leur sont proposés. A l'intérieur de ce différentiel entre ce que le consommateur attend et ce qu'il reçoit vraiment, il y a beaucoup d'espace pour innover. Ensuite, des images se forment dans ma tête, des visions très claires, des solutions à apporter.

Je n'ai pas de maîtres, pas de sources d'inspiration particulières. Suivre un style, c'est s'enfermer dans une prison. Alors mes sources sont très diverses: l'art, l'architecture, la nature. Mais aussi, les nouveaux matériaux et technologies, qui évoluent très vite et qui influencent énormément l'esthétique. Bien que je n'aime pas parler d'esthétique. Je préfère parler d'esprit.

J'ai toujours sur moi un carnet dans lequel je dessine et je note mes idées. Parfois, elles me viennent la nuit. Alors je me lève et je crayonne dans ce carnet. J'y inscris aussi les suggestions de mes clients et de mes collaborateurs.

Notre équipe est formée d'une trentaine de personnes à San Francisco et d'une dizaine à New York. Parmi elles, il y a différents spécialistes, du branding, du design, de l'ingénierie, de l'informatique, du graphisme. Quand nous nous réunissons pour trouver des idées, je demande à chacun de penser très large, d'éviter de se cloisonner dans son expertise propre.



Jesse Frimman

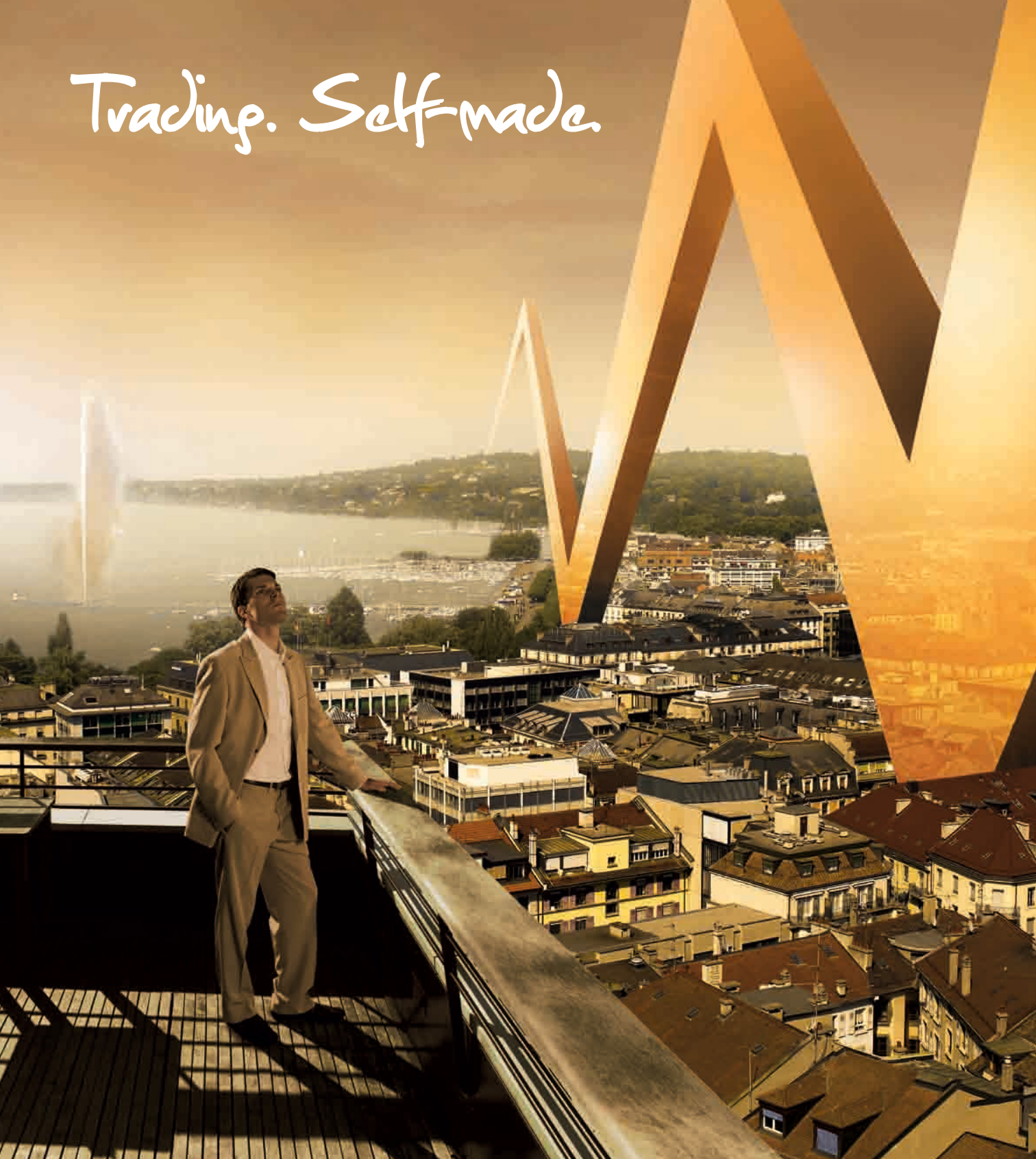
Yves Behar est né en 1967 à Lausanne. Il est considéré comme l'un des 25 créateurs visionnaires de notre époque par le magazine «Time». Il est CEO de la société Fuseproject qu'il a créée en 1999 à San Francisco. Actuellement, il travaille à un jeu qui intègre la planche à roulette avec Tony Hawk, et sur un projet avec Issey Miyake.

Chacun doit apporter des idées spécifiques à son domaine, mais aussi au domaine des autres.

De cette façon de faire naissent de véritables surprises, des concepts très provocateurs, que nous testons ensuite pour vérifier qu'ils soient réalisables. Durant cette étape également, chacun participe. Entre le moment où une idée naît et la mise sur le marché du produit, il s'écoule en moyenne une année. Et là, je me vois plus comme le premier violon, qui apporte sa propre contribution à chaque étape, plutôt que comme un chef d'orchestre qui dirige.

On ne peut pas commander l'inspiration. Elle vient ou elle ne vient pas. Comme je travaille perpétuellement sur de multiples projets à la fois, quand je sens que je suis en panne sur un sujet, je passe à un autre projet. Quitte à revenir au premier quelques jours plus tard, quand mon imagination s'est débloquée. Il faut aussi savoir se reposer l'esprit. Alors, je fais du surf, par exemple. Cela me relaxe. C'est très important, car la tension empêche la créativité. C'est au repos que l'esprit est le plus créatif.»▲

Trading. Self-made.



Vous traitez en temps réel : actions, fonds, warrants et obligations sur les différents marchés – Eurex compris. Vous avez accès au négoce off-exchange des produits dérivés et notre plateforme Forex vous ouvre les portes du marché des devises. Le tout à des conditions avantageuses.
www.swissquote.ch

 **SWISSQUOTE**
LEADER SUISSE DU TRADING ONLINE

TERRE D'HERMÈS

LE PARFUM. UNE NOUVELLE DENSITÉ

