

L'AGEFI

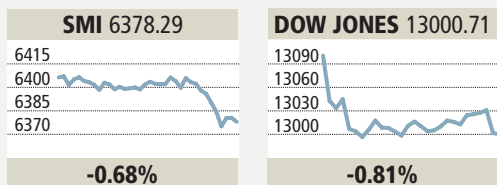
QUOTIDIEN DE L'AGENCE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE À GENÈVE

ANGELA MERKEL EN VISITE EN CHINE

La voix de l'Europe pour promouvoir Airbus

PAGE 21

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



L'INDUSTRIE DU LOGICIEL EN SUISSE

Comportement assez surprenant

PAGE 4

PRODUIT INTÉRIEUR BRUT EN SUISSE

Les villes pèsent près de 85%

PAGE 9

NOUVELLE DIRECTION DE PATHÉ SUISSE

Le poids des spécificités locales

PAGE 4

LES REVENUS EN REcul DE TAMEDIA

Médias imprimés très impactés

PAGE 4

GROUPE VETROPACK À SAINT-PREX

Fin des problèmes de pollution

PAGE 6

LA HAUTE ÉCOLE DE SAINT-GALL INNOVE

Formations militaires reconnues

PAGE 8

HANS WERNER SINN SUR LE MES

Le jugement de la zone euro

PAGE 2

LA CHRONIQUE DE BRUNO BERTEZ

Laissez l'euro aux pestiférés!

PAGE 12

L'autre bienfait du sport roi



JACKY DELAPIERRE. Le créateur d'Athletissima à Lausanne a témoigné hier au Forum économique du Nord vaudois à Yverdon-les-Bains.

Athletissima n'existerait pas sans lui. Même si l'homme en question remarquerait certainement qu'il n'existerait pas non plus sans l'aide indispensable des sponsors privés, des pouvoirs publics comme des bénévoles. Depuis 35 ans, il organise l'un des événements sportifs phares de la Suisse avec une motivation, une passion qui n'a jamais fléchi. Et malgré sa périodicité, chaque édition est à nulle autre pareille. Il estime la part récurrente dans l'organisation à seulement 20%. Tout le reste est à refaire chaque fois. «Heureusement, car autrement, cela serait ennuyeux.» Intervenant hier dans le cadre du Forum économique du Nord vaudois (FENV) en tant qu'organisateur de grands événements sportifs, il a relevé avoir stabilisé les relations avec les principaux sponsors en négociant avec eux des contrats portant sur trois ans, basés sur des partenariats win-win, condition indispensable pour les convaincre. Son entreprise comptant quatre employés s'efforce à toujours proposer un produit de qualité et à couvrir un budget qui s'élève à 4,3 millions par édition. Mais le directeur doit mener des négociations avec «soixante-huit coaches ou managers pour faire venir 180 athlètes!» Les retombées d'Athletissima sont difficiles à chiffrer. Mais il est certain que Jacky Delapierre offre à Lausanne avec cette soirée un levier publicitaire exceptionnel à travers environ 160 pays. **PAGE 9**

La récurrence des revenus est un facteur déterminant

Elle est en général décisive s'agissant des niveaux de performance des entreprises. L'innovation vient en plus.

PIOTR KACZOR

Une part élevée de revenus récurrents, stables et prévisibles. Il s'agit d'un facteur de compétitivité qui influence sensiblement les performances générales des entreprises. C'est ce qu'une étude de Sarasin vient d'établir. Au-delà des avantages de ce genre de modèle d'affaires pour la conduite opérationnelle. En particulier lorsque - sur le modèle du système Nespresso ou des cartou-

ches d'imprimantes - les revenus récurrents résultent directement de services liés aux biens vendus ou équipements installés et que les clients s'adressent à un même fournisseur.

Une caractéristique que s'emploie à développer des entreprises de technologies médicales telles que Straumann ou Nobel Biocare dans les implants dentaires - en dépit d'une évolution récente plus dépendante du climat de la consommation - ou encore

Sonova dans les appareils auditifs. L'impact d'un tel modèle tend à être mieux illustré par l'évolution boursière du groupe de techniques sanitaires Geberit.

La Banque Sarasin analyse pour sa part les performances de 37 entreprises bénéficiant d'une part supérieure de revenus récurrents dans l'ensemble des 230 cotations couvertes.

Si les actions du groupe genevois SGS, ainsi que des groupes français et allemands Air Liquide et

Linde, ont fait mieux que le marché chaque année sur une période de sept ans depuis 2006, elles n'ont été que onze à avoir surperformé sur quatre ans.

En moyenne, les actions de cette catégorie ont réalisé un surcroît annuel de rendement de 6,9%. Même le spécialiste genevois des parfums et des arômes Givaudan, qui tenait hier sa conférence de presse à Zurich, bénéficie aussi d'une part élevée de revenus récurrents. **SUITE PAGE 7**

EMMI RECULE SUR LE MARCHÉ SUISSE

La croissance internationale prend le relais

Le groupe de produits lactés peut revoir ses objectifs en hausse grâce à des acquisitions en Espagne et en France.

Grâce à une forte croissance des activités internationales, le groupe de produits laitiers lucernois Emmi a pu augmenter au premier semestre son chiffre d'affaires de 2,2% à 1,339 milliard de francs, par rapport à la même période de 2011. Cette progression est essentiellement due à ses acquisitions car la croissance organique du groupe est globalement en recul. Surtout en Suisse, où les ventes sont en net recul de 4,1% à 905,3 millions. En

cause: la pression persistante sur les importations, le tourisme d'achat et les pertes dans le secteur du tourisme. Tous les groupes de produits sont touchés à l'exception des fromages.

Pour l'entier de l'exercice 2012, Emmi part du principe que la vigueur du franc va persister mais pense que ses produits devraient continuer à faire l'objet d'une forte demande à l'étranger. Cela aura encore des répercussions positives sur le chiffre d'affaires et le résultat. Et les récentes acquisitions de la société espagnole Kaiku et de la française Diprola permettent de revoir à la hausse les prévisions de chiffre d'affaires et de résultats. **PAGE 6**

IMPLENIA AU-DESSUS DES ATTENTES

La validité du modèle ne fait plus de doute

Les chiffres intermédiaires 2012 confirment la tendance convaincante déjà enregistrée en 2011. Implemia a malgré tout créé la surprise hier en présentant des résultats sur six mois supérieurs aux attentes. Tous les indicateurs vont dans le même sens et tous les brokers s'alignent à reconnaître la configuration positive (environnement de marché, carnet de commandes) dont bénéficie le groupe de construction zurichois. «Strong momentum, solid outlook, attractive valuation», conclut Vontobel. Ce qui retient surtout l'attention est la capacité, a priori acquise, du groupe à atteindre plus tôt que prévu - probablement un an avant la date estimée selon Helvea - son



ANTON AFFENTRANGER. La phase d'optimisation ne sera jamais achevée.

objectif moyen de bénéfice opérationnel (Ebit) de 100 millions de francs. Une validation très claire pour un modèle qui a longtemps été controversé. Anton Affentranger, président exécutif, revient sur les effets de cette validation dans son interview. **PAGE 6**

ÉDITORIAL FRANÇOIS SCHALLER

En attendant la question de fond

L'initiative populaire pour la suppression du service militaire obligatoire a été déposée en janvier dernier. Le vote populaire n'a pas encore été programmé, mais il pourrait intervenir l'an prochain. La finalité des initiants n'a pas de mystère, puisqu'il s'agit du très respectable groupe pacifiste pour une Suisse sans armée (le GSsA, qui avait échoué une première fois en 1989 et une deuxième en 1999). Le rapport présenté hier à Berne par le Département de la Défense sur les implications économiques de l'armée anticipe probablement le grand débat national, forcément très émotionnel, qui s'annonce à cette occasion.

La méthodologie du rapport sera sans doute critiquée. Il n'a pas de caractère scientifique à proprement parler. Il n'est ni plus ni moins rigoureux que les études d'impact très estimatoires sur les retombées économiques des événements ou institutions les plus controversés. L'étude revient en gros à dire que les budgets militaires ont incidemment une utilité économique, comme l'on peut dire que les dépenses sociales créent aussi des emplois ou soutiennent la consommation de base. Sur le fond, la métaphore de l'assurance (les budgets consentis sont la prime régulière qui permet d'assurer dans de rares situations extrêmes) est un classique actualisé. On aime-

rait maintenant en savoir beaucoup plus sur la nature des prestations. Les Etats développés réduisent drastiquement leurs dépenses militaires (Etats-Unis, France, Royaume Uni). Les émergents les augmentent spectaculairement. A budgets et objectifs constants, comment devra évoluer la

défense nationale ces prochaines décennies? Faut-il suivre la tendance générale au désarmement territorial, ou au contraire s'en méfier? Il serait bien qu'un rapport convaincant soit présenté sur ce thème avant que les citoyens soient invités à répondre au GSsA. ■

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



9 771421 948004 5 0035