

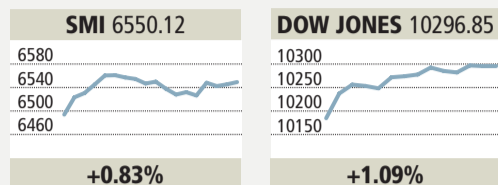
L'AGEFI

QUOTIDIEN DE L'AGENCE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE À GENÈVE

MIGRATIONS DE LONDRES VERS LA SUISSE

Les hedge funds à Genève et les banques à Zurich **PAGE 3**

JA-PP/JOURNAL — 1000 LAUSANNE 1



LE GROUPE KUONI DANS L'ÉVÉNEMENTIEL

L'acquisition ciblée aux Etats-Unis

PAGE 8

BANQUE CANTONALE DE ZURICH Dans le marché européen

PAGE 5

PRIVATE EQUITY PAR LES RATIOS Les acquisitions emblématiques

PAGE 13

EN ATTENDANT LES BÉNÉFICES Tornos tiendra jusqu'en 2011

PAGE 7

COMET DÉCAPITE SA DIRECTION Les arbitrages du président

PAGE 7

POLITIQUE MONÉTAIRE DE LA BNS Le mythe des cibles sur le franc

PAGE 12

LA LOGISTIQUE SE PREND EN SUISSE Interroll bien positionné

PAGE 8

SIMULATEUR DÉVELOPPÉ AU PSE (EPFL) La 3D appliquée à la chirurgie

PAGE 8

Extension dans le luxe accessible



PHILIPPE GAYDOUL. Le reprenneur des bas Fogal et des chaussures Naviboot teste ses capacités concurrentielles dans le vêtement de station classé premium.

Le dirigeant de Gaydoul Group a annoncé hier l'acquisition de la majorité de la marque de vêtement Jet Set. Le propriétaire actuel, Peter Kappler, reste actionnaire minoritaire et continue de diriger le label, lancé en 1969 à Saint-Moritz. Chiffre d'affaires 2009: 20 millions de francs (100 millions en 1992!). Un nouveau complément dans le portefeuille de Philippe Gaydoul, à la tête du groupe éponyme et petit-fils du fondateur de Denner. Surtout une avancée très ambitieuse, avec vues à l'international, sur le segment hypercompétitif du prêt-à-porter sport-fashion supérieur.

La nouvelle convergence entre pharma et génériques

Les acquisitions se multiplient et la banalisation du modèle intégré ne réduit pas la menace des copies conformes.

STÉPHANE GACHET

L'acquisition de la marque bâloise Mepha par un groupe américain low profile a réactualisé certaines questions. Qu'en est-il de la maturation du marché des génériques? La concentration est-elle achevée? Pourquoi est-elle verticale, et non horizontale? Surtout, les génériques représentent-ils toujours une menace pour les groupes de la pharma «traditionnelle»?

Les réponses requièrent de la nuance, mais plusieurs évidences s'imposent. Le rapport entre pharma et génériques a évolué, depuis l'émergence des seconds au milieu des années 1990. La frontière est même toujours plus poreuse. Et le modèle intégré, façon Novartis-Sandoz, fait toujours plus d'émule. Le rapprochement tend d'ailleurs à s'accélérer. A l'exemple de Sanofi, qui a intégré quatre sociétés en 2009. Les fusions sont le plus souvent très

ciblées, soit sur les fabricants de génériques spécifiques, soit sur les molécules de forts volumes à destination des régions émergentes. Deux moyens de limiter la dilution des marges. La menace des génériques ne s'est pas atténuée au fil des acquisitions par la pharma. Il ne fait guère de doutes qu'ils contribueront à clore l'ère des grandes pharmas globales campées sur leurs blockbusters à marges élevées. La prochaine vague d'expiration des brevets

ouvrira de larges espaces aux producteurs de génériques. Contre toute attente, le segment des génériques paraît encore très fragmenté. Il faut s'attendre à la poursuite des mouvements de consolidation. Ce marché relativement récent est cependant moins éclaté que la pharma conventionnelle. Deux opérateurs apparaissent même fortement dominants. L'Israélien Teva et le Bâlois Sandoz, se partageant près de 20% de l'ensemble. **SUITE PAGE 6**

CONCURRENCE FISCALE CANTONALE

Deux modèles très différents s'affrontent

Les forfaits fiscaux associés à une progression élevée s'opposent aux taux d'imposition linéaires.

Les trois cantons rhodaniens ont encaissé en 2008 plus de la moitié des revenus issus des forfaits fiscaux accordés en Suisse. Les cantons d'outre-Sarine privilégient un autre moyen pour attirer les fortunes élevées: un taux unique d'impôt sur la fortune. Mais Schwytz, l'un des cantons les plus actifs sur ce terrain, pratique également les forfaits fiscaux pour les étrangers n'exerçant aucune activité lucrative en Suisse. Le nombre de bénéficiaires ne devrait toutefois pas dépasser 80. Malgré la suppression

de cette faveur du côté du grand voisin zurichois. Le responsable de l'administration fiscale schwytoise Markus Beeler a clairement fixé les priorités: «L'abolition des forfaits fiscaux par tous les cantons nous procurerait un avantage encore plus net, au vu de nos taux d'imposition déjà très bas».

Dans le canton de Vaud, les 1197 personnes imposées en 2008 d'après la dépense (0,3% des contribuables) ont tout de même apporté environ 3,6% des revenus d'impôt. En revanche, l'imposition sur la fortune y connaît une forte progression, qui est encore plus importante à Genève, le canton suisse qui ponctionne le plus fortement les fortunes supérieures à un million de francs. **PAGE 9**

PRIVATE EQUITY EN SUISSE

La nouvelle opération de Vinci Capital

Basée à Sonceboz dans le Jura bernois, la société informatique Solvaxis a procédé hier à une importante augmentation de capital. Ses fonds propres passent d'un seul coup de 2,2 à 7 millions de francs. Plus connue sous le nom de Pro-Concept, Solvaxis a connu un étrange parcours ces dernières années. Créée en 1987, puis reprise par le groupe britannique Sage en 2007, elle a regagné son indépendance il y a quelques mois via un management buy-out (acquisition par les cadres).

De quoi intriguer les investisseurs en private equity de Vinci Capital, toujours à la recherche d'entreprises suisses présentant un fort potentiel de croissance. Séduit par le modèle de Solvaxis,



PIERRE-ALAIN SCHNEGG. Solvaxis (ex-Pro-Concept) augmente le capital.

qui propose des services informatiques aux entreprises (progiciels ERP), deux fonds de Vinci entrent ainsi au capital. Ils apportent les moyens nécessaires pour concrétiser une stratégie ambitieuse. La Suisse alémanique en ligne de mire. **PAGE 7**

ÉDITORIAL FRANÇOIS SCHALLER

Les délinquants seront jugés

En attendant d'être certain que le gouvernement allemand n'est pas victime d'un escroc cherchant à lui vendre au prix fort de fausses données, ce qui se passe ces jours entre la Suisse et l'Allemagne donne l'occasion de recadrer les fondements du secret bancaire. Cette institution n'est en soi rien d'autre que l'article 47 de la Loi sur les banques (LB) prévoyant une peine de réclusion en cas de violation du secret professionnel. En d'autres termes, la responsabilité de l'Autorité de surveillance des banques livrant des noms de clients aux autorités fiscales américaines relève en premier lieu du pénal (la Finma fait d'ailleurs l'objet d'une enquête préliminaire). Hervé Falciani, qui a livré à la France ses fichiers volés, pourrait être extradé vers la Suisse s'il quittait les deux pays dont il est ressortissant (France et Italie). Il en va de même du désespéré négociant actuellement avec l'Allemagne.

Le problème, c'est que ce fameux article de la LB était à peu près respecté jusqu'ici. Il a donc rarement servi à autre chose qu'à renforcer précieusement le mythe de la forteresse helvétique. Les conditions et circonstances de son application restent à déterminer dans la pratique. Cette future jurisprudence représente précisément l'enjeu central des épisodes récents et actuels. En ce sens, on peut dire que la réaction rapide et tranchante de la justice administrative dans le cas de la Finma a donné le ton: les relations fiscales entre pays sont très politiques, elles peuvent évoluer. Mais le respect du droit relève d'une toute autre approche. On aura compris par analogie que personne ne peut contraindre les Suisses à renoncer dans la précipitation à des dispositions pénales. Surtout si elles représentent le cœur de leur fameux secret bancaire. Il serait bien – c'est un euphémisme –

que le Ministère public (ou le gouvernement) rappelle solennellement que les pilleurs de données sont et seront poursuivis et jugés. Qu'il le proclame en Suisse, et surtout à l'étranger, pour mieux faire comprendre de quoi il s'agit concrètement. Il y a un effet dissuasif important à restaurer. Pour le reste, mieux vaut ne pas trop se formaliser de la manière dont la Suisse et ses spécificités juridiques sont traitées par les grands Etats voisins dans le cadre d'une épreuve de force politique. En-deçà des belles déclarations d'amitié réciproque, il y a une longue tradition en la matière. Ce n'est certainement pas un hasard si les Suisses ne sont pas pressés de s'aligner sur l'axe franco-allemand en intégrant l'Union européenne. Ils se souviendront encore longtemps des événements de ces dernières semaines. **(Lire page 5)**

Négociez: avec des fonds de placement.

Négoce de fonds par Julius Bär

Négocier à tout moment les fonds de placement aux prix actuels. Nouveau et exclusivement chez Julius Bär.

http://fundstrading.juliusbaer.com
+41 (0)58 888 8766

Julius Bär
COMMITTED TO EXCELLENCE



9 771421 948004 3 0005

Kuoni dans l'événementiel d'entreprises

Le secteur présente un fort potentiel. Mais la multiplication des opérateurs appelle une phase de consolidation. A quand un retour sur investissement événementiel?

GASPARD KÜHN

Kuoni Group a annoncé hier l'acquisition de la société américaine TBA Global, active dans l'événementiel d'entreprises. L'opération peut sembler anodine: cette petite entreprise ne dégage qu'un chiffre d'affaires de 24 millions de francs par année, montant presque dérisoire face aux 4,8 milliards générés par Kuoni. Mais TBA Global est parfaitement positionné dans un segment stratégique pour le groupe suisse: les services aux entreprises. Au sein de sa division Destinations Management, chargée de l'accueil des touristes à l'étranger, Kuoni cherche en effet à développer les MICE (meetings, incentives, conferences, events). Cette acti-

tivité recouvre les voyages d'entreprises pour favoriser l'esprit d'équipe (team building), les conférences et séminaires, mais aussi les séjours-cadeaux à la clientèle. C'est justement la spécialité de TBA Global, qui dispose de succursales réparties dans neuf grands centres urbains des Etats-Unis. Selon les termes de l'acquisition – dont le prix reste confidentiel –, les 65 collaborateurs seront transférés au sein de Kuoni Destinations Management. «Même en temps de crise financière et économique, l'événementiel offre des perspectives de croissance supérieures à la moyenne», déclare dans un communiqué le CEO de Kuoni, Peter Rothwell. Il n'est visiblement pas seul à le penser: la concurrence est sévère,

dans un domaine qui comprend une vaste palette de métiers.

Dans un registre très différent, un autre groupe suisse s'est fait un nom: MCH, également coté en bourse. Surtout connu pour organiser la foire de Bâle, MCH s'est implanté en Suisse romande avec l'acquisition de Beau lieu Exploitation à Lausanne. Le groupe présente toutefois un profil particulier, puisqu'il cherche à rentabiliser d'importantes surfaces d'exposition, à travers de grands rendez-vous. D'où un biais forcément cyclique et saisonnier.

Autre modèle encore à Genève, avec le spécialiste de la logistique événementielle MCI, qui organise des conférences clés en mains. Là encore, cette société prend

une dimension de plus en plus internationale. Son créateur Roger Tondeur annonçait l'année dernière sa volonté de progresser en Amérique latine à partir du marché brésilien, où il vient d'ouvrir un bureau.

De fait, la multiplication des opérateurs devrait déboucher à terme sur une restructuration du secteur. Elle favorisera l'émergence d'acteurs globaux, capables de répondre à la demande des multinationales. Cette logique devrait à son tour provoquer une phase de consolidation, la taille finissant par faire une différence. C'est dans ce contexte que s'inscrit l'acquisition de Kuoni. Car tôt ou tard, les clients finiront par exiger davantage que des paillettes: à quand le calcul d'un vrai retour sur investissement événementiel? ■

AIG: trafic en baisse de 9% en 2009

L'Aéroport International de Genève (AIG) a enregistré une baisse globale des mouvements de -9,18% en 2009. Le recul est de -6,23% pour l'aviation de ligne, -1,39% pour les charters et -15% dans l'aviation d'affaires. Quelque 11.324.141 passagers ont été accueillis (-1,73% par rapport à 2008). «Ces valeurs sont légèrement inférieures à celles de 2008, année au cours de laquelle avaient été battus tous les records en termes de trafic, de mouvements, de chiffre d'affaires, de bénéfices et d'amortissement», a indiqué mardi l'AIG dans un communiqué. Il estime toutefois les perspectives «rassurantes». En 2009, l'AIG a perdu «moins de 200.000 passagers», précise le communiqué, après une année catastrophique pour le trafic aérien. – (ats)

CARAN D'ACHE: ouverture de la première boutique européenne à l'aéroport de Genève

Le fabricant genevois d'instruments d'écriture, Caran d'Ache, ouvre mercredi sa première boutique européenne. Il a choisi l'Aéroport International de Genève, en partenariat avec un exploitant local, la société AGS. «Nous disposons aujourd'hui de dix boutiques y compris celle de Genève», a indiqué Philippe de Korodi, directeur général de Caran d'Ache. Dans chacune, la société de Thônex (GE) a investi entre 150.000 à 250.000 francs, et jusqu'à 500.000 francs en Asie. La société table sur une reprise «prudente» pour 2010. – (ats)

LUFTHANSA TECHNIK SWITZERLAND: quelque 95 emplois sont menacés sur 450 postes

La filiale suisse de Lufthansa Technik (LTSW) procède à une restructuration drastique. L'entreprise d'entretien d'avions compte supprimer jusqu'à 95 postes à plein temps sur un total de 450 employés en raison de la situation difficile prévalant sur le marché. LTSW est en discussion actuellement avec les commissions du personnel et les syndicats afin de rendre la restructuration socialement supportable, a indiqué mardi l'entreprise basée à l'aéroport de Bâle-Mulhouse. Les postes devraient être supprimés aussi bien dans le secteur de la production que de l'administration. Le groupe indiquera en mars combien d'emplois seront effectivement biffés. – (ats)

Réalité virtuelle appliquée à la chirurgie plastique

PSE. Le Lausannois Crisalix a créé le premier simulateur 3D en ligne basé sur les propriétés du corps des patients.

FRÉDÉRIC NEJAD

Visualiser en quelques secondes et clics de souris une simulation en 3D d'une future poitrine sur l'écran d'ordinateur chez un spécialiste plasticien, ce n'est plus l'apanage des patientes dans la série télévisée à succès Nip Tuck. Cette technologie dernier cri a été baptisée e-Stetix. Il s'agit d'un logiciel, bientôt en ligne, au service des chirurgiens plasticiens du monde entier. Seule une connexion à internet suffit à ses utilisateurs. Son concepteur se nomme Jaime Garcia. Après quatre ans de recherche et développement, ce jeune médecin espagnol en ingénierie médicale a créé la start-up Crisalix, au parc scientifique de l'Ecole polytechnique fédérale (EPFL). Spin-off de l'Institute of Surgical Technology and Biomechanics de l'Université de Berne et de l'EPFL, cette société est dotée d'un Médical Board com-

posé de spécialistes de la chirurgie plastique et esthétique. La première partie du projet s'est montée à environ un million et demi de francs. Il a bénéficié d'une subvention de la CTI (Commission fédérale pour la technologie et l'innovation), ainsi que des aides vaudoises et romandes à la promotion économique pour obtenir une ligne de crédit de la BCV.

C'est une rencontre il y a quatre ans, à Barcelone, avec un chirurgien plastique qui a amené Jaime Garcia à se lancer dans cette aventure scientifique et commerciale. «Je réalisais alors mon doctorat à l'Université de Berne sur la réalité virtuelle, se souvient-il. Ce praticien a attiré mon attention sur le marché alors encore vierge dans le domaine des applications de nouvelles technologies en chirurgie plastique».

Deux entreprises aux Etats-Unis proposent aux médecins un appa-

reil à scanner pour obtenir un rendu d'images en 3D du corps de leurs patientes. Il coûte cependant cher et nécessite une maintenance ainsi que de l'espace disponible pour l'accueillir. Avec le logiciel e-Stetix disponible en ligne, il suffira aux médecins d'acquiescer un abonnement annuel auprès de la société Crisalix.

Parmi les praticiens qui utilisent d'ores et déjà ce système, le Dr Serge Lê Huu à l'établissement montréalais La Clinique: «Lors de consultations, je prends une photo de la patiente de face et des deux côtés, et je note la distance entre les deux mamelons, le tour de taille, la hauteur et le poids, sans omettre la texture de la peau. Puis j'envoie ces données à leur serveur qui calcule et me transmet en moins de 30 secondes une image reconstituée en 3D, sur 360 degrés».

Pour le docteur Lê Huu, cela permet de mieux expliquer et rassu-

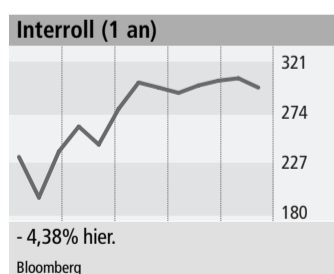
rer les patientes. Les soutien-gorges avec sizers externes continueront d'ailleurs à être utilisés en parallèle. Les perspectives commerciales qui s'offrent à la Crisalix semblent vastes. Présent aux grands congrès nationaux de chirurgiens plastiques, Jaime Garcia vise dès cette année les principaux marchés que sont les Etats-Unis et le Brésil, où le nombre de chirurgiens et d'interventions sont particulièrement élevés. Un développement dans le reste de l'Amérique latine et en Europe est ensuite prévu, avant l'Asie. ■

JAIME GARCIA VISE DÈS CETTE ANNÉE LES PRINCIPAUX MARCHÉS QUE SONT LES USA ET LE BRÉSIL. LE NOMBRE D'INTERVENTIONS Y EST LE PLUS ÉLEVÉ.

La logistique se redresse péniblement en Suisse

INTERROLL. Le groupe tessinois a enregistré une embellie de ses entrées de commande en fin d'année et a gagné des parts de marché grâce au maintien de ses investissements.

Les ventes 2009 dévoilées hier par Interroll ont certes déçu les analystes, mais constituent sans aucun doute une nouvelle positive pour la branche logistique suisse. Affirmant que le deuxième semestre de ce groupe tessinois de Sant'Antonino s'est mieux passé que le premier, et qu'en tenant compte de la conjoncture difficile l'année de référence a répondu aux attentes, on peu en effet soutenir que le creux de la vague des projets de logistiques a été atteint. Ce d'autant plus que son carnet de commande «a enregistré une embellie vers la fin de l'année». Une bonne nouvelle



en soit aussi pour d'autres groupes suisses comme Swisslog (entrepôts, centres de distribution et logistique hospitalière) et Kardex (systèmes dynamiques d'entrepôts et magasins verticaux), qui les trois ont déjà réalisé un important rally boursier. Ainsi, le chiffre d'affaires d'Interroll a baissé de 31,2% en monnaie locale sur l'année passée par rapport à 2008, et de 34,4% en francs à 234 millions. Compte tenu d'un recul au premier semestre 2009 de 32,3% en monnaie locale, la chute des ventes s'est en effet stabilisée. Autre nouvelle positive, le groupe tessinois leader mondial dans les rou-

leaux pour les tapis et les moteurs à tambours a pu renforcer sa position sur l'ensemble de ses marchés, affirme-t-il. Sa solidité financière lui a permis de poursuivre ses projets stratégiques sans restriction et d'après ses plans, ainsi que sa stratégie de croissance. Il n'a pourtant pas fourni de perspectives pour l'année en cours, ce qui a fait penser à Helvea que les surcapacités de ses clients pourraient avoir encore un effet négatif sur 2010 et confirme que les débouchés d'Interroll comme l'infrastructure aéronautique se reprendra tardivement. La BCZ garde pourtant son appréciation à «surpondérer» le titre, contre «neutre» pour Helvea et «garder» pour Vontobel. La marge du bénéfice opérationnel avant intérêts et impôts (EBIT) d'Interroll a pu juste rester positive à 0,7% au premier semestre 2009, contre 12,9% sur les six premiers mois 2008, pour un bilan très solide avec un taux des capitaux propres à 59,8%. (TT)

Objectif visibilité

VISILAB. L'entreprise genevoise a progressé malgré la crise. Elle prévoit une croissance de 4% cette année.

ANNE RÉTHORET

En dépit de la crise qui a pesé sur la consommation, Visilab a poursuivi son essor en 2009. Le numéro un de l'optique suisse a vu son chiffre d'affaires progresser de 1% – à 190 millions de francs – et table sur une croissance de 4% en 2010. Daniel Mori, CEO et fondateur de Visilab, a pourtant reconnu une légère baisse des ventes de lunettes de vue. «Il faut comprendre, qu'en temps de crise les gens tendent plus à changer leurs verres que leurs montures», a-t-il expliqué.

Avec une part de marché de 22%, Visilab arrive en tête sur le marché de l'optique en Suisse. Et l'entreprise genevoise compte atteindre les 30% d'ici à cinq ans. Le groupe ouvre entre deux et qua-



DANIEL MORI.

Le CEO et fondateur de Visilab annonce une diversification dans les prestations du groupe.

tre magasins par an depuis sa création. Et les investissements se poursuivront cette année, avec l'ouverture de deux magasins outre-Sarine. Quelque 5 millions de francs seront consacrés au lancement et à la rénovation de points de vente en 2010. Une expansion couronnée de succès. L'an dernier la Chambre de commerce, d'industrie et des services de Genève (CCIG), a décerné son prix à Visilab, pour sa contribution au dynamisme du commerce à Genève. Visilab a aussi placé 2009 sous le signe de l'innovation en marketing. Le groupe a développé deux nouvelles prestations web. La pre-

mière, existe déjà aux Etats-Unis depuis une dizaine d'années. Le système «webglasses» permet aux clients de télécharger leur photo sur le site internet, afin d'essayer les modèles existants proposés par Visilab. La deuxième, «Visilab at work», offre la possibilité aux grandes entreprises de signer un contrat d'exclusivité avec le groupe contre un tarif préférentiel. Visilab se veut aussi une entreprise solidaire. Avec le soutien du champion olympique de ski Bernhard Russi, l'entreprise lance une opération de récupération d'anciennes lunettes auprès de sa clientèle. Elle les offrira à l'association «Lunettes sans frontières» qui les redistribuera dans les pays en voie de développement. ■

LE NUMÉRO UN DE L'OPTIQUE SUISSE COMPTE AMÉLIORER SES PARTS DE MARCHÉ DE 22% À 30% DANS LES CINQ PROCHAINES ANNÉES.