

Japon: septième marché d'export de la Suisse

Les exportations vers l'Archipel se sont élevées à 6,73 milliards en 2010.

Le Japon constitue un important partenaire économique pour la Suisse: il s'agit de son septième plus gros marché. Les exportations vers l'archipel se sont montées à 6,73 milliards de francs en 2010, en baisse de 5,9% par rapport à l'année précédente.

Quant aux importations de produits japonais, elles sont restées à peu près stables à 3,6 milliards de francs, selon les derniers chiffres disponibles sur le site internet de l'Administration fédérale des douanes (AFD).

Le Japon est également au 7^e rang des débouchés pour les montres suisses en particulier. Les exportations horlogères helvétiques y ont atteint 806,3 millions de francs, en hausse de 4,9%. Elles y dépassaient encore 1,15 milliard de francs en 2008. En outre, les Japonais sont habituellement friands de voyages en Suisse. Il

s'agit du huitième plus important marché pour l'hôtellerie helvétique, avec plus de 500.000 nuitées passées par des touristes nippons sur sol suisse l'an passé. Ils aiment voyager au printemps. Il est encore difficile d'évaluer les effets du séisme sur le tourisme en Suisse, juge l'organe de promotion Suisse Tourisme. Elle examine la situation avec son bureau de Tokyo.

Du côté des entreprises suisses présentes au Japon, Chugai, filiale du groupe pharmaceutique bâlois Roche, a indiqué que l'impact du séisme sur l'évolution de ses affaires n'était pas encore déterminé. A l'heure actuelle, le groupe n'a pas connaissance de collaborateurs qui auraient subi des dommages. Le tremblement de terre a provoqué quelques dommages à Utsunomiya. Ceux-ci doivent encore être évalués dans le détail. Sur les sites de production Fujieda et Ukima, les dommages sont limités et ne devraient pas influencer le calendrier de la production. – (ats)

L'exposition de Swiss Re

Le réassureur zurichois Swiss Re a voulu d'abord exprimer hier sa sympathie envers tous ceux qui ont souffert de la catastrophe.

Quant à son exposition aux coûts, le groupe évalue la situation mais l'analyse prendra du temps. La situation est complexe, les dommages étant causés non seulement par le séisme et le tsunami, mais aussi par les incendies qui ont suivi, a expliqué Swiss Re. Pour les logements, les dommages liés au tremblement de terre et au tsunami sont couverts par un fonds d'Etat, sans

prestations privées. Par contre, les dommages causés par les incendies déclenchés par la catastrophe sont couverts par les assureurs et inclus dans leur couverture de réassurance. Les dommages industriels et commerciaux, eux, sont en général couverts par des contrats privés incluant souvent le séisme ainsi que le tsunami et les incendies qui en découlent. Enfin, les dommages nucléaires ne sont en principe pas couverts pour les séismes, et tsunamis et incendies qui s'ensuivent. – (ats)

Genèse du miracle économique suisse

Le modèle économique est étroitement lié aux particularités politiques.

PIERRE BESSARD

«Il n'est pas simple de présenter un livre euphorique en ce moment», observe Gerhard Schwarz, coauteur d'un nouvel ouvrage de référence sur l'essor économique suisse.* Les événements récents au Japon incitent à une certaine modestie et à prendre conscience du soin à apporter à ce qui a été accompli. Aux origines de la prospérité helvétique: l'entrepreneuriat. L'ouvrage, qui n'a pas la prétention d'être scientifique, mais repose tout de même sur la collaboration de huit experts spécialisés, décortique l'histoire d'entreprises qui, depuis la Révolution industrielle, ont conduit un pays pauvre à une position de pointe selon la plupart des paramètres. Aucun autre pays du monde, mesuré à sa taille, n'est aujourd'hui présent au niveau mondial dans autant de branches. L'analyse de ce miracle économique ne se limite pas aux secteurs essentiels que sont les banques, l'horlogerie, les machines ou la pharma. Elle montre également à quel point le socle du succès s'est élargi à travers des branches comme les techniques médicales, le négoce, la logistique, mais aussi l'architecture ou le marché de l'art, des domaines qui ne sont pas spontanément associés à la Suisse.

Les particularités politiques du pays sont étroitement liées à ce succès économique, trouvent les auteurs. L'entrepreneuriat trouve un sol fécond en Suisse. L'Etat et les



GIORGIO BEHR. L'entrepreneur se distingue souvent par ses références internationales et son originalité.

institutions sont certes efficaces, mais ils jouent un rôle subordonné dans la création de richesses. Les Suisses reconnaissent que «moins est souvent mieux» lorsqu'il s'agit de politique, de fiscalité ou de densité réglementaire. A ceci s'ajoute la concurrence et la diversité des systèmes, tant à l'intérieur du pays avec les cantons et les communes, qu'envers l'extérieur. La neutralité du pays joue un rôle central dans son attrait pour les entrepreneurs étrangers et dans l'ouverture au reste du monde des entrepreneurs suisses. Elle a aussi contribué à un développement pacifique, y compris au niveau interne en dépit de la diversité linguistique, par exemple. La puissance économique suisse est souvent dissimulée précisément parce qu'elle repose en partie sur des centaines de milliers d'emplois hors des frontières nationales.

Il n'y a toutefois jamais eu de «Masterplan Suisse» pour parvenir à une telle position, aucune stratégie gouvernementale, aucune idéologie unique suisse, mais un système de milice de proximité et la démocratie directe. L'autonomie politique et la responsabilité personnelle, associées à une certaine solidarité

communautaire, jouent un rôle important dans la culture économique suisse. Le succès est avant tout le produit de la volonté d'individus d'innover, d'expérimenter, d'entreprendre dans ce contexte qui leur est propice. Ce sont d'ailleurs les entrepreneurs, comme Alfred Escher ou Daniel Borel, Henri Nestlé ou Nicolas Hayek, qui suscitent l'admiration des Suisses, et non des figures politiques conquérantes. «La prospérité définit la Suisse comme l'esthétique l'Italie», remarque James Breiding, initiateur du projet et coauteur.

Les défis pour l'avenir ne manquent pas. L'ostentation de richesses et le manque de retenue menacent-ils l'équilibre fondé sur les valeurs calvinistes et zwingliennes? La Suisse peut-elle préserver sa diversité et son ouverture sélective face aux nouvelles règles d'immigration? La responsabilité sociale peut-elle être assurée à l'avenir au-delà d'un Etat social de plus en plus envahissant? Les réponses à ces questions devraient s'orienter selon les forces entrepreneuriales du pays. Pour l'entrepreneur Giorgio Behr, il s'agit avant tout de l'universalité et de l'originalité de la pensée.

L'ouvrage doit finalement combler une lacune dans la perception du pays. Une version anglaise est de ce fait en préparation. Une version française, qu'il s'agirait encore d'organiser au plan financier, est également attendue.

* R. James Breiding et Gerhard Schwarz, «Wirtschaftswunder Schweiz. Ursprung und Zukunft eines Erfolgsmodells», NZZ Libro, 429 pages.

Stabilité du nombre de stations-service

Les boutiques attenantes ont poursuivi leur croissance avec quatorze unités de plus à 1331.

Le réseau suisse des stations-services est resté stable l'an passé. A fin 2010, il comptait pas moins de 3626 points de vente de carburants, soit trois de plus qu'un an auparavant. Les boutiques attenantes à ces derniers ont poursuivi leur croissance avec 14 unités de plus à 1331. En moyenne, chacune de ces stations-services a écoulé près de 1,43 million de litres d'essence et de diesel, a précisé lundi l'Union pétrolière (UP). Celles situées le long des autoroutes ont affiché les ventes les plus importantes, avec une moyenne de quelque 4,1 millions de litres de carburants. Les points de ventes sans marque ont écoulé les quantités les plus faibles, avec une moyenne de 0,69 million de litres. Du côté des stations-services disposant d'un magasin, la tendance s'est orientée vers l'augmentation de la surface de vente, avec une augmentation de 34 unités des pompes à essence avec une boutique de grande taille. Celles disposant d'un point de vente de faible dimension a reculé de 20 unités. Au total, les stations-services ont écoulé près de 70% des carburants vendus en Suisse. Comme par le passé, les points de vente pourvus d'un grand magasin ont vendu plus d'essence et de diesel que ceux n'ayant qu'un petit magasin de produits de première nécessité. Selon les marques, Avia disposait fin 2010 du plus grand nombre de stations-services avec 690 unités, suivie d'Agrola (427 pompes à essence), BP (400), Shell (324) et Tamoil (318). – (ats)

EMPLOI – infopub@agefi.com



BBGI Group est une des rares sociétés de gestion de fortune indépendante à Genève directement soumise à l'autorité de la FINMA. Pour faire face à la forte croissance de nos quatre pôles de compétences (gestion institutionnelle, gestion privée, conseil en investissement et gestion de fonds de placement), nous cherchons à renforcer nos équipes existantes.

Nous offrons aujourd'hui des opportunités à des professionnels de la gestion de patrimoine privé l'opportunité de se libérer de conflits d'intérêts devenus plus pesants avec la crise financière actuelle en leur permettant de servir les intérêts de la clientèle avant tout.

Nous recherchons encore plusieurs

GESTIONNAIRES DE FORTUNE

désireux de donner un nouvel élan à leur carrière dans un environnement motivant et valorisant.

Vous disposerez des conditions optimales pour atteindre vos objectifs personnels et pourrez compter notamment sur les avantages suivants:

- Excellentes performances de gestion historiques
- Approche de gestion orientée sur la maîtrise des risques
- Gamme unique de services/produits financiers/bancaires
- Equipe de recherche/analyse interne de qualité
- Choix unique des meilleures banques dépositaires en Suisse et à l'étranger
- Rémunération liée aux compétences
- Indépendance et éthique

Si vous vous identifiez à ce profil, vous pouvez compter sur une absolue discrétion et prendre contact par email à l'adresse suivante: info@bbgi.ch.

BBGI Group – Rue Thalberg no 2 – 1201 Genève – Tél 022 595 96 01

Responsable d'achats avec diplôme fédéral

Une nouvelle formation s'adresse aux spécialistes de la chaîne d'approvisionnement.

PIERRE-HENRI BADEL

Les responsables des achats assument un rôle clé dans l'approvisionnement en matières premières, matériaux, marchandises, semi-produits, outillages, fournitures diverses, machines, véhicules et installations en tout genre dans les entreprises industrielles, sociétés de services et organismes divers, quel que soit le secteur dans lesquels ils travaillent. A l'ère de la globalisation, cette fonction a pris, au fil du temps, un rôle considérable car les fournisseurs recrutent désormais toujours plus loin aux quatre coins du globe.

C'est pour cette raison que l'internationalisation du commerce mondial comporte des exigences toujours plus pointues en termes

de contrôle de qualité, de respect des délais, de disponibilité de la marchandise, de transparence, d'équité dans le travail de la main-d'œuvre et de traçabilité des produits et marchandises. Les risques liés aux transports, à la manutention et au stockage des marchandises se sont aussi multipliés. D'où l'intérêt qu'il y a à construire des relations durables. Les responsables des achats doivent donc développer des relations méthodiques et techniques dans les disciplines telles que les études de marché, la stratégie en matière d'approvisionnement, la supervision, la gestion des fournisseurs, la conduite des négociations, etc.

C'est dans cette optique que l'Association suisse pour l'approvisionnement et l'achat (ASEE) met sur pied cette nouvelle formation continue en cours d'emploi qui se déroule en Suisse romande (Lausanne pour les premiers modules et Villars-sur-Ollon pour les seconds). La formation complète

s'échelonne au total sur 18 mois entre les mois d'octobre 2011 et de janvier 2013. Elle consiste en 272 leçons réparties sur une durée totale de 34 jours. Cette formation tient aussi compte des modifications qui ont été récemment apportées par l'Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie (OFFT) aux règlements des examens fédéraux. Dédiée aux modules de base, la première partie de la formation est dispensée au fil de 16 journées de formation. Un examen attestant que les candidats ont bien assimilé les connaissances de ces cours se déroule à l'issue de premier bloc de modules. La deuxième tranche de cette filière consacrée aux modules d'approfondissement sont quant à eux regroupés en quatre stages de formation d'environ une semaine chacun.

Après avoir réussi leurs examens, les élèves peuvent se targuer de porter le titre de responsable d'achats avec diplôme fédéral. ■