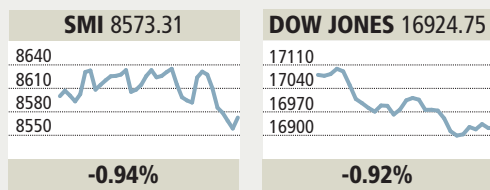


L'AGEFI

QUOTIDIEN DE L'AGENCE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE À GENÈVE

Résultats très attendus
Wells Fargo et
Bank of America
très contrastés PAGE 19



TVA ET IMPÔT FÉDÉRAL DIRECT À BERNE
Fin de la période de consultation PAGE 9

LE GROUPE BOBST À LAUSANNE-MEX
Filiale chinoise reprise à 100% PAGE 6

LE FRANC ET L'INDUSTRIE D'EXPORTATION
Surévaluation ou instabilité? PAGE 4

L'IMMIGRATION ET LES THÉORIES LIBÉRALES
Fonctions régulatrices du marché PAGE 20

ENTREPRISES FAMILIALES ET PHILANTHROPIE
Le vrai dénominateur commun PAGE 4

FINANCIÈRE DE L'ÉCHIQUIER À PARIS (AM)
Implantation prévue à Genève PAGE 3

GLENCORE EST ACTIONNAIRE DE RÉFÉRENCE
JP Morgan désinvestit en grand PAGE 12

INDICE ENTRÉES SUR LE MARCHÉ ACTIONS
Intégration de moteurs puissants PAGE 12

La croissance dans les unités modulaires



VINCENT ALBASINI. Avesco Rent transforme des containers en habitat provisoire. Pour les migrants.

L'afflux de migrants et de réfugiés en Europe entraîne une série d'interrogations dont celles liées au logement. Le recours aux tentes est souvent la première solution. La ville allemande d'Hambourg s'est illustrée quant à elle en hébergeant les nouveaux arrivants dans des containers. Critiquée ou parfois applaudie, cette mesure provisoire connaît un succès grandissant en Europe. En Suisse, certains cantons souhaitent requérir aux containers comme habitation temporaire destinée aux migrants. Et des discussions sont menées avec des acteurs locaux, dont l'entreprise Avesco Rent (Romanel et Echandens). Suite à l'intégration de l'entreprise Gutknecht Mobilbau (Morat), elle veut augmenter sa présence sur le marché de la construction mobile. En proposant des unités modulables aux migrants, l'entité démontre la viabilité et l'efficacité de ces solutions temporaires. Ainsi, l'entreprise se diversifie sur trois segments: le secteur industriel, l'événementiel (comme les OpenAir) et dans les institutions publiques en proposant des mesures provisoires dans les périodes de rénovation. Loin de son image de boîte aux murs en tôle, les unités modulables d'Avesco Rent sont doublées avec un habillage en bois. Elles sont dès lors totalement isolées et dotées d'une installation sanitaire optimale. Des modules suffisants pour vivre quelques mois, voire des années. PAGE 6

Le moteur économique asiatique rattrapé par la démographie

Un économiste de la BCV passionné par la question analyse ce qu'il considère comme le premier déterminisme actuel.

NICOLETTE DE JONCAIRE

Peu d'économistes ou analystes financiers se soucient de la dimension démographique des phénomènes macroéconomiques. Ce n'est pas le cas d'Alain Barbezat du groupe bancaire BCV à Lausanne. Surtout sur la question de la Chine car c'est pour des raisons démographiques que le processus actuel de consolidation économique n'est guère comparable à d'autres modèles de développement à ce stade.

Premier point: le troisième âge (plus de 65 ans) augmentera de

60% d'ici 2020, alors que la population active (15-64 ans) diminuera de près de 35%. Cette évolution est le résultat de politiques antinatalistes ayant provoqué une chute vertigineuse de la fertilité, de 5,9 au début des années 1970 à un taux officiel de 1,5 à 1,6 aujourd'hui. Même si le gouvernement chinois abolissait la politique de l'enfant unique, la population en âge de travailler dans les années 2020 à 2030 est déjà constituée et sa taille n'augmentera plus.

Ce déficit de fertilité est aggravé par une pénurie croissante de

femmes. Politique de l'enfant unique et polarisation sociale en faveur des enfants de sexe masculin ont généré le rapport des genres le plus biaisé du monde avec un rapport de 118 garçons pour seulement 100 filles en 2010, et 66 millions de femmes «manquantes». Cette disparité devrait s'amplifier et, à son paroxysme entre 2050 et 2054, le rapport entre hommes et femmes célibataires pourrait atteindre 186/100.

Au vieillissement s'ajoute le ralentissement progressif de l'exode rural, autre moteur de croissance.

L'assemblage de ce «tournant de Lewis» et d'une population grisonnante laisse peu de doutes sur le faible potentiel de croissance de la Chine.

Tous les Etats d'Asie du Nord (Chine, Japon, Corée, Taiwan) souffrent en fait de démographie déclinante, alors que les populations du sud continuent d'augmenter. Les capitaux se déplacent de plus en plus du nord vers le sud, où la main d'œuvre est abondante et où l'émergence d'une classe moyenne n'en est qu'à son stade tout à fait primaire. PAGE 21

L'impôt et les droits de l'homme sont liés

NEUCHÂTEL. Le contribuable est-il un homme comme les autres? Réponse du prof de droit fiscal Thierry Obrist.

Droit fiscal et droits de l'homme, le contribuable est-il un homme comme les autres? Le professeur de droit fiscal Thierry Obrist a évoqué la question hier soir lors de sa leçon inaugurale à l'Université de Neuchâtel. De manière fréquente, les instances judiciaires suisses sont en effet chargées d'examiner la compatibilité de décisions fiscales au regard du principe de l'égalité de traitement, de la légalité, de la confiance en l'administration ou encore de la bonne foi ou de l'interdiction de l'arbitraire. De même, les garanties procédurales lors de procédures pénales fiscales ou la garantie de la propriété en cas d'impôt

confiscatoire occupent également les tribunaux. Le professeur relève que les droits de l'homme et les principes fondamentaux de l'Etat de droit ont véritablement un rôle crucial en fiscalité. C'est pour cette raison que la Cour de justice de Genève a retenu qu'une imposition cumulée sur le revenu et sur la fortune s'élevant à 92,36% du revenu imposable d'un contribuable représentait une violation de la garantie constitutionnelle de la propriété. En matière de fiscalité, le contribuable occupe un rôle de David contre Goliath. D'où l'importance des droits de l'homme. PAGE 9

Pour mieux cibler la diaspora des avoirs

LOMBARD INTERNATIONAL. Actif dans les produits d'assurance pour la gestion privée. A Genève en particulier.

Le gérant d'actifs Blackstone veut se doter d'un pôle mondial de wealth management basé sur des produits d'assurance vie, pour capitaliser sur la tendance à l'internationalisation de la fortune. L'idée étant de pouvoir offrir des services de planification financière à des clients aisés résidents souvent dans plusieurs régions, à cette «diaspora de la richesse qui connaît une vive expansion», selon l'expression du CEO de Lombard International, John Hillman.

Créé par le regroupement de deux sociétés acquises par Blackstone au cours des douze derniers mois, Lombard International re-



JOHN HILLMAN. Le groupe gère 75 milliards de dollars

crute à Genève pour cibler les intermédiaires financiers locaux qui servent les grandes familles fortunées internationales. Avant de s'implanter en Asie et de croître en Amérique latine. PAGE 3

ÉDITORIAL STÉPHANE GACHET

Pression sans précédent sur l'agrochimie

L'industrie agro-alimentaire a toujours été exposée, controversée, mais jamais au point de devoir réviser son modèle d'affaires. C'est l'impression qui commence maintenant à se dégager, un mois et demi après la fin des hostilités menées par l'américain Monsanto contre le baïlois Syngenta. L'affaire du Moon Privilege de Bayer, qui secoue ces jours la vitiviniculture suisse (lire page 9), en témoigne également d'une certaine manière. L'industrie est sous pression aujourd'hui principalement en raison des prix des produits agricoles eux-mêmes, en chute depuis plusieurs années. Avec des effets directs sur toute la chaîne de valeur et sur la performance des grands opérateurs, dont les titres sont sans exception tous en berne depuis des années, avec accélération de l'évolution négative sur

l'exercice en cours. Monsanto paraît le plus exposé à ce stade, mais la tendance est générale et s'accompagne de toutes sortes de mesures, restructurations et soutien à la valorisation à grands programmes de share buy back. La baisse des prix touche en première ligne l'agriculture, qui ne parvient plus aujourd'hui à dégager de la rentabilité en dehors de certaines spécialités. La conséquence la plus évidente est de réduire d'autant la capacité d'investissement dans le phytosanitaire et les semences techniques proposées par l'agrochimie, dont le coût a proportionnellement flambé. Ces effets de prix n'ont en soi rien d'alarmant et font partie de la cyclicité naturelle de la production agricole mondiale. L'industrie agrochimie agit pourtant

comme si le phénomène était durable et qu'il fallait même composer éternellement avec le paramètre des prix bas. La réponse est une transformation profonde du modèle d'affaires. Les deux grands pure players y sont clairement engagés. Monsanto a tenté d'accélérer sa partie à travers une offre hostile sur Syngenta. Ce dernier a lancé il y a plu-

sieurs années sa stratégie de services intégrés, appuyée par une diversification géostratégique sans équivalent sur son secteur. L'objectif est toujours le même: s'assurer un pricing power à long terme, principalement à travers l'innovation. Moyennant des temps de développement et de payback toujours plus longs et coûteux. ■

Nous développons des partenariats fondés sur vos objectifs à long terme, non pas sur des solutions à court terme

Pour plus d'informations, veuillez consulter www.nnip.co/partners-ch-ma



First Class Multi Asset



9 777421 948004 4 0 0 4 2

BOBST: finalisation de la reprise de Gordon

Bobst exercera d'ici la fin de l'année son option pour la reprise des 35% de Gordon qu'il ne détient pas encore. La filiale hongkongaise de Shanghai Eternal Machinery restera dirigée par son ancien propriétaire, Gary Tseng. Le constructeur vaudois de machines d'emballage ne détaille en revanche pas le montant de la transaction. La collaboration entre Bobst et Gordon remonte à 2011, avec le rachat par le premier de 65% des parts du second. L'affaire restera sans effet notable sur les résultats de Bobst. Chiffre d'affaires et résultat opérationnel (EBIT) de Gordon étaient déjà consolidés dans les rapports financiers. Le bénéfice net ne figurera simplement plus à la rubrique minoritaires, a expliqué à un porte-parole. Le groupe reconnaît pâtir des turbulences qui s'abattent sur l'Empire du milieu et constituent l'un des freins à l'investissement de ses clients.

TRAFIGURA: 50% d'Agua Teñidas cédé

Trafigura cède au fonds d'investissement Mubadala Development Company, propriété du gouvernement d'Abou Dhabi, une moitié de ses mines d'Agua Teñidas dans le sud de l'Espagne, pour un montant non dévoilé. L'opération donnera naissance à une coentreprise à parts égales dans le secteur de l'extraction de métaux industriels.

GROUPE E: électroménager réorganisé

Groupe E restructure son réseau de distribution d'appareils électroménagers et solutions d'aménagement pour la cuisine, en y adjoignant des prestations de services énergétiques et de confort. Le nouveau modèle d'affaires, par ailleurs rebaptisé Groupe E Plus, était en phase de test depuis un an dans un magasin payernois, précise le groupe énergétique fribourgeois.

SYNGENTA: retrait de deux homologations

L'agrochimiste Syngenta a retiré deux demandes d'homologation pour du maïs génétiquement modifié dans l'Union européenne. Cette décision s'explique par une réévaluation du potentiel commercial des produits concernés sur ce marché, a indiqué une porte-parole du groupe bâlois, qui a confirmé une information de Reuters. La société avait déposé en 2010 une demande pour le maïs MIR604, qui produit une protéine contre le criocère des céréales, un insecte ravageur, rappelle Syngenta. Cette requête constituait un préalable à l'évaluation du maïs transgénique «BT11 x MIR604 x GA21», dont la requête d'homologation a également été retirée. Le gène «BT11» a démontré une résistance contre la pyrale du maïs, un autre ravageur, et à différents herbicides. Son homologue «GA21» assure une tolérance de la plante à l'herbicide Glyphosat.

WESTIFORM: succession en famille

Le fournisseur bernois de supports publicitaires Westiform annonce la passation à la tête de son conseil d'administration entre Niklaus Imfeld et Anna Aebischer-Imfeld. La nouvelle présidente dirigera l'entreprise conjointement avec ses frères Markus (CEO) et Peter (CFO). Niklaus Imfeld a choisi de se retirer à l'occasion de ses 75 ans.

CASINO DI LUGANO: nomination

Le conseil d'administration de Casino di Lugano a désigné son directrice exécutive Emanuela Ventrici pour reprendre les commandes de l'établissement, a indiqué la maison de jeux tessinoise. La nouvelle directrice générale remplace l'administrateur délégué Patrick Lardi, qui avait assumé le poste à titre intérimaire. M. Lardi s'était chargé de mettre en oeuvre des mesures de restructuration.

Nouvelles destinations cet hiver

AÉROPORT DE GENÈVE.

Au total 114 destinations seront desservies par 53 compagnies. Cinq villes sont nouvellement reliées.

Le nouvel horaire d'hiver de l'aéroport international de Genève, valable dès dimanche prochain, propose 114 destinations desservies par 53 compagnies aériennes. Cinq villes sont nouvellement reliées à Genève. Bologne, Sarajevo, Skopje et Sofia figuraient déjà sur la liste des destinations de l'été. Elles continueront de figurer dans l'horaire d'hiver. Genève sera par ailleurs connectée à Cardiff, au Pays de Galles, a fait savoir ce mercredi l'aéroport de Genève. Alger, Barcelone, Dublin, Florence, Lugano, Valence et Varsovie sont désormais des destinations qui font l'objet d'une concurrence entre compagnies et ne sont plus desservies par un unique opérateur. La concurrence touche aussi Londres Gatwick et Manchester.

L'horaire d'hiver de l'aéroport de Genève, qui compte 114 destinations au total, sera valable jusqu'au 27 mars. — (ats)

Importante commande en Norvège

STADLER. Le fabricant de matériel ferroviaire Stadler Rail a remporté une commande de 190 millions de dollars auprès des chemins de fer norvégiens (NSB) pour la fourniture de 26 rames supplémentaires, a indiqué hier à AWP une porte-parole de Stadler, confirmant des informations du journal *Handelszeitung*. Avec la précédente commande de 81 rames, le total du contrat avec NSB s'élève à 107 rames, a précisé le journal. Selon le directeur général de Stadler, Peter Spuhler, cité par *«Handelszeitung»*, d'autres commandes devraient suivre de Norvège, NSB ayant un besoin important de renouvellement du matériel ferroviaire. Les chemins de fer norvégiens ont budgétisé 381 millions pour 2016, dont moins de la moitié est destinée au financement de la commande actuelle. ■

La construction mobile en prévalence

AVESCO RENT. L'entreprise de location d'équipements souhaite développer son activité dans le segment du logement provisoire via des containers.

TIAGO PIRES

L'afflux de migrants et de réfugiés en Europe entraîne une série d'interrogations dont celles liées au logement. Le recours aux tentes est souvent la première solution envisagée. La ville allemande d'Hambourg, quant à elle, s'est illustrée en hébergeant les nouveaux arrivants dans des containers. Critiquée ou parfois applaudie, cette mesure provisoire connaît toutefois un succès grandissant en Europe. En Suisse, certains cantons souhaitent requérir aux containers afin de les proposer comme habitation temporaire destinée aux migrants. Et des discussions intenses sont menées auprès des acteurs nationaux dont fait partie la société vaudoise Avesco Rent. Suite à l'intégration en 2014 de l'entreprise Gutknecht Mobilbau (Morat), elle ambitionne de renforcer sa présence dans le marché de la construction mobile. Et via

la problématique du logement des migrants démontrer l'efficacité des containers, comme l'envisage Vincent Albasini, directeur général d'Avesco Rent. «L'utilisation des containers comme recours provisoire de logement est une solution crédible. Elle présente des arguments intéressants économiques et humains intéressants.» En l'espace de trois à quatre semaines, la société basée à Puidoux (Vaud) est capable d'installer une soixantaine de containers sur un terrain vague avec l'objectif d'accueillir jusqu'à 200 personnes. Pour ce faire, l'entreprise loue des containers auprès de partenaires commerciaux. Loin de son image de boîte en tôle, les unités modulaires d'Avesco Rent sont doublées avec un habillage en bois. Elles sont dès lors totalement isolées et dotées d'une installation sanitaire optimale. Elles permettent d'enregistrer des économies en termes de chauffage et sur les installations

électriques. Des structures suffisantes pour y vivre quelques mois, voire plus. «En menant une maintenance et un entretien réguliers, nos containers ont une durée de vie située entre huit à dix ans. Et ces habitations garantissent également des prix abordables.» Ce concept semble alors avoir séduit les collectivités publiques. «Des projets d'hébergement dans des containers sont en cours de discussion dans certains cantons romands et alémaniques. Nous avons un devoir de réserves sans donner d'éléments confidentiels. Rien qu'une sollicitation de la part des collectivités publiques démontre la viabilité du concept.» Outre le projet concernant les migrants, la société souhaite se développer sur trois segments: le domaine du génie civil, l'événementiel comme le théâtre ou les OpenAir. Durant les périodes de rénovation de crèche ou d'écoles primaires, les structures peuvent alors installer une salle de classe

dans ces unités modulaires. «Nous avons d'ailleurs un projet dans la région germanophone de remplacer une classe sur une période de deux ans, souligne Vincent Albasini. Nous voulons varier et diversifier la finalité de ce produit dans le but de devenir un acteur de référence.» Suite à l'intégration de l'unité moratoise et après quatre mois de phase transitoire, l'agence spécialisée en construction mobile est active à 100% et vient s'ajouter aux 18 autres agences déjà présentes sur le territoire suisse. Contrairement à ces dernières qui proposent différentes machines, la nouvelle agence située à Morat se concentre exclusivement sur le marché de la construction mobile. «Nous gardons notre ligne de distributeur officiel de machines Caterpillar en Suisse avec près de 220 produits. Mais nous enregistrons de plus en plus de sollicitations dans la construction mobile», précise

Vincent Albasini. Au total, la société compte actuellement dix-neuf clients nationaux. Et souhaite s'agrandir rapidement. «Nous sommes encore loin des leaders sur ce marché. Néanmoins, nous avons de grandes ambitions. En effet, en l'espace de deux à trois ans, nous voulons développer nos activités dans l'ensemble de la Suisse avec l'objectif de tripler notre chiffre d'affaires et notre stock de containers.» Et devenir ainsi l'acteur de référence sur le marché. Et dans cette politique commerciale, l'aide au logement des migrants devient une priorité. ■

EN L'ESPACE DE 3 À 4 SEMAINES, LA SOCIÉTÉ EST CAPABLE D'INSTALLER UNE SOIXANTAINE DE CONTAINERS SUR UN TERRAIN VAGUE AVEC L'OBJECTIF D'ACCUEILLIR JUSQU'À 200 PERSONNES.

Le lancement d'une montre de paiement mobile en Chine

SWATCH. L'horloger biennois s'associe à China Union Pay et Bank of Communications.

Swatch Group a dévoilé à Shanghai mercredi le dernier né de sa collection de montres, la «Bellamy», permettant de régler ses achats par le truchement d'une puce de communication sans contact (near field communication ou NFC). L'horloger biennois s'est associé pour ce faire aux groupes China Union Pay et Bank of Communications, précise un communiqué. Le nom du nouveau produit rend hommage à l'écrivain américain Edward Bellamy, présenté comme un visionnaire du paiement sans liquide. Le garde-temps devrait être «bientôt» commercialisé en Suisse, avec l'appui d'une banque helvétique et d'un spécialiste des transactions sécurisées, ainsi qu'aux Etats-Unis. Dans ces deux pays cependant, «on discute», a indiqué mercredi Nick Hayek sur les ondes de la RTS. Les banques suisses «sont très sérieuses», explique-t-il, ce qui signifie aussi que cela prend davantage de temps, formalités

obligent. «Avec China Union Pay et Bank of Communications, nous avons deux partenaires qui étaient tout de suite prêts à se lancer dans cette opération. Une dimension très intéressante pour nous», a déclaré le patron, louant l'esprit d'entreprise chinois. Par ailleurs, l'Empire du Milieu est désormais le premier marché pour la marque Swatch. En Chine, la «Bellamy» coûtera un peu moins de 100 francs. La fonctionnalité de paiement mobile sera mise en service au cours des prochains mois, à compter de début 2016. Les transactions d'achat ne requièrent aucune énergie de la part de la montre, rappelle encore le communiqué. Safra Sarasin rappelle que Swatch avait déjà annoncé l'inclusion de cette fonction NFC en mars et lancé un modèle dédié au volley-ball (Touch zero one). «Il y a peu de chances que le nouveau garde-temps vient concurrencer d'autres acteurs, en particulier Apple, mais le groupe

suisse veut participer au développement des montres de la prochaine génération en Chine, marché crucial pour la croissance de Swatch», ajoute l'analyste Michael Romer. L'expert souligne également que la demande pour la Swatch Touch zero laisse à désirer actuellement en Chine continentale. Il maintient la recommandation à «neutral». Les exportations des montres du segment de prix d'entrée de gamme ont essuyé une forte baisse en août. Les montres de moins de 200 francs (prix export) ont vu leur volume diminuer de 7,2%, pour un recul encore plus marqué de leur valeur (-13,2%). En juillet également ce segment a essuyé une contraction des volumes de 2,0% et de 8,1% en valeur. L'analyste de Kepler quant à lui fait remarquer que cette nouvelle montre prouve que le secteur horloger suisse n'est pas insensible au danger que représente l'Apple watch. ■

Les ventes en ligne

ZENITH. Le site mrporter.com proposera à ses clients une collection de la marque horlogère. Dès le 20 octobre.

La marque horlogère Zenith, détenue par le groupe français LVMH, débutera la vente en ligne de ses garde-temps à partir du 20 octobre sur le site «mrporter.com», indique l'entreprise. «Cette démarche fait de Zenith la première entreprise de montres suisses haut de gamme à proposer ses produits via un revendeur présent uniquement sur internet», assure l'horloger. La société proposera aux clients du portail une collection «exclusive», composée de montres mécaniques, précise Zenith. Chaque mois, 2,5 millions de visiteurs se rendent sur ce site, qui comptabilise plus de 25 millions de consultations mensuelles de ses pages. La filiale du groupe LVMH, fondée il y a 150 ans, vend des montres dont le prix moyen tourne autour de 8000 francs. La marque est surtout connue pour un des ses calibres, le chronographe automatique El Primero. «Nous nous réjouissons de travailler avec mrporter.com et d'accueillir une nouvelle génération de clients chez Zenith», a déclaré le CEO, Aldo Magada.

La manufacture souligne également que le «la tradition, le style et le raffinement de Zenith sont en parfait accord avec le profil de luxe de MrPorter.com». Jean-Claude Biver, chef de la division des montres LVMH, dont Hublot et Tag Heuer font aussi partie, avait récemment soutenu que le secteur du luxe est en retard pour les ventes sur internet. Hublot prévoit d'ici cinq ans de se lancer et Tag Heuer a déjà commencé. «Certains modèles sont vendus en ligne notamment en Chine et aux Etats-Unis», avait précisé M. Biver. Goldman Sachs avait indiqué qu'au niveau de la Chine par exemple la compétition dans le commerce électronique va s'accroître. L'industrie du luxe doit faire face au défi que les consommateurs les plus jeunes sont plus présents dans le monde virtuel où l'engagement de la marque, le marketing, le prix réel et la transparence sur la valeur posent des problèmes aux maisons qui ont ouvert trop de boutiques et ne sont pas présents en ligne, avaient estimé les experts de la banque. ■