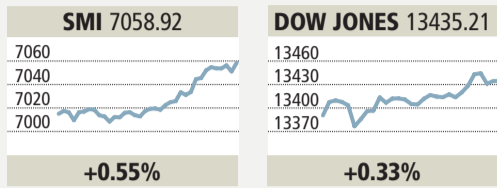


L'AGEFI

QUOTIDIEN DE L'AGENCE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE À GENÈVE

DAVID CAMERON VEUT RENÉGOCIER AVEC L'UE
Prérogatives politiques
à revoir en profondeur **PAGE 23**

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



ROCHE A RENONCÉ À ILLUMINA

Des discussions ont-elles eu lieu?

PAGE 3

FRANCE ET FORAITS FISCAUX EN SUISSE

Casus belli pour Pascal Broulis

PAGE 3

L'AUTONOMIE ALIMENTAIRE DE LA SUISSE

Restauration collective sensible

PAGE 7

PÉNURIE ALARMANTE DE MÉTAUX RARES

Le soutien public est demandé

PAGE 5

DÉCISION DU TRIBUNAL FÉDÉRAL

En faveur de l'industrie pharma

PAGE 4

ASEA ET BROWN BOVERI IL Y A 25 ANS

Le bilan d'une mégafusion

PAGE 4

PETER SUTHERLAND (EX-GATT)

La vérité sur l'immigration

PAGE 2

PRODUITS STRUCTURÉS

Le rendez-vous du lundi

PAGE 10

La stratégie du modèle dupliqué



MICHEL THÉTAZ. Le CEO de IAM confirme qu'il va continuer de diriger personnellement sa société de gestion pour clients institutionnels. Il veut dupliquer son modèle de management délégué à l'équipe cycliste.

Le 10 décembre, le CEO de IAM, Michel Thétaz, a présenté, en compagnie du directeur sportif de IAM Cycling Serge Beucherie, sa formation cycliste qui affiche de grandes ambitions pour 2013. Voulant aussi faire connaître ses produits (des fonds de placements) auprès de la clientèle privée, le passionné de vélo a choisi un sport, pourtant fortement déprécié et récemment entaché de nombreux scandales, comme vecteur de communication. Alors qu'il laissait entendre, lors de cette présentation officielle, son implication totale à la direction de cette nouvelle entité, le CEO confirme qu'il demeure à la tête de l'entreprise Independent Asset Management. La structure de la société de gestion de capitaux qu'il a créée il y a 17 ans va rester strictement la même. Le passionné de vélo a prévu de dupliquer le modèle de management délégué, qui a fait la réussite de son entreprise, à son équipe cycliste, la seule professionnelle en Suisse. Menant de front la gestion de deux activités très différentes mais qu'il considère comme similaires sur le plan des valeurs et de l'état d'esprit, il explique la répartition très organisée de son nouvel emploi du temps. Revendiquant une méthode professionnelle jamais consensuelle, il détaille sa vision du monde financier et sa philosophie. **PAGE 3**

Le changement intervient dans une période critique

ALPIQ. Le niveau d'endettement du deuxième producteur et négociant suisse d'électricité devient très préoccupant.

CHRISTIAN AFFOLTER

La tâche de Jasmin Staiblin au poste de présidente exécutive qu'elle prend en ce début d'année s'annonce difficile. Sans doute plus qu'elle avait pu le penser au moment de l'annonce de sa nomination par Alpiq fin mai 2012. Le producteur d'électricité a vécu un deuxième semestre particulièrement mouvementé, l'amélioration perçue après les six premiers mois étant notamment remise en question par une nouvelle dépréciation de 1,4 milliards de francs annoncée le 14 décembre dernier. Sans plus de précisions sur les domaines d'activité concernés. Le même jour, Alpiq a aussi communiqué la cession en deux étapes

(la première ayant lieu demain, une option pour le reste arrivant à échéance le 31 mai) de sa participation de 10,5% dans Romande Energie (après celle de 24,6% dans Repower le 3 décembre).

Aux problèmes créés par l'incertitude concernant les conditions-cadres fixées par le pouvoir politique, et les prix d'électricité souffrant d'une offre surabondante en Europe (pesant sur son résultat opérationnel), s'ajoutent des facteurs propres au groupe né en 2009 de la fusion entre Atel et EOS.

La part des fonds propres au total du bilan risque d'atteindre un nouveau plancher lors du bouclage de 2012. Rendant le pro-



JASMIN STAIBLIN. L'ancienne responsable d'ABB Suisse devra rapidement prendre des décisions difficiles.

gramme de restructuration (qui vise à réduire l'endettement net de 1,5 à 2 milliards de francs) encore plus urgent. Une bonne partie de la dette, qui s'est élevée à 4,3 milliards à fin juin 2012, est attribuable au paiement compen-

satoire de 1,8 milliard en faveur d'EOS (la valeur des actifs apportés au groupe dépassant celle des actions Alpiq qui lui ont été attribuées). Paiement financé par des crédits et versé par Alpiq au moment de la fusion en 2009.

Dans l'immédiat, Jasmin Staiblin devra trancher entre deux options dont elle semble disposer: accélérer le processus de vente d'actifs (en étant probablement forcée d'accepter des prix de vente inférieurs à leur vraie valeur) pour réduire l'endettement, ou chercher à obtenir l'accord de l'actionnaire EDF pour l'augmentation de capital actions, de manière à gagner du temps et à améliorer ainsi les chances de pouvoir vendre à des prix corrects. **SUITE PAGE 5**

ÉDITORIAL NICOLETTE DE JONCAIRE

Les USA s'accrochent au secret bancaire

Dans la grande confusion actuelle sur l'avenir du secret bancaire en Suisse, il y a au moins un élément qui incite à l'optimisme (indépendamment des simples rapports de force du moment): le secret bancaire ne doit pas être quelque chose d'indéfendable en soi, puisque les Etats-Unis s'y accrochent. Le dispositif Fatca ne prévoit aucune réciprocité, et la ratification de l'accord fiscal entre la Suisse et les Etats-Unis semble reporté sine die faute de détermination politique à Washington. Ce n'est apparemment pas demain que la première puissance financière du monde va laisser tomber ses paradis fiscaux intérieurs.

Il paraît bien futile dans ces conditions que les autorités suisses se donnent la peine de définir une «stratégie de l'argent propre». D'autres pays le font à leur place. Dans les faits, en condamnant

des entités juridiques suisses comme la banque Wegelin pour des crimes jugés sur la base d'un droit étranger, hors tout principe de territorialité. Dans les textes, en requalifiant les infractions fiscales graves qui deviennent infractions préliminaires au blanchiment d'argent sous l'impulsion du GAFI, infractions que les intermédiaires financiers suisses devront immédiatement signaler, sans recours préalable possible de la part des intéressés comme c'est le cas actuellement.

Sur la définition de gravité d'une infraction fiscale – encore à affiner – la Suisse n'aura probablement pas plus voix au chapitre que par le passé et se pliera vraisemblablement aux interprétations imposées de l'extérieur. Comme l'a fait Wegelin condamné pour aide à la soustraction fiscale, alors que la soustraction elle-même n'est qu'un délit et

non un crime en droit suisse. Si elle accepte les exigences de Fatca – qui ne comportent aucun élément de réciprocité – la Suisse accepte la fourniture automatique d'informations rendant inutile la convention révisée de double imposition avec les Etats-Unis (que le Parlement suisse a ratifié et qui languit toujours en attente d'une ratification du Sénat américain).

Cette ratification pourrait ne jamais se produire: pourquoi les Etats-Unis accepteraient-ils une réciprocité qui ne leur rapportera pas plus que ce qu'ils ont déjà obtenu? Et qui rendrait leur propre secret bancaire bien plus vulnérable qu'ils ne sont prêts à le concéder, au point que certains sénateurs américains la considèrent comme une violation directe du 4^e amendement de la Constitution? ■

Nouvelle tentative d'explication

Le e-commerce, les achats transfrontaliers et d'importantes différenciations sur le marché intérieur permettent d'augmenter l'acceptabilité de l'ilot de cherté.

En octobre dernier, la conseillère nationale socialiste lucernoise Prisca Birrer-Heimo, figure dominante de la défense des consommateurs en Suisse alémanique, déposait une motion demandant que la Loi sur les cartels soit complétée par une disposition destinée à empêcher les différences jugées abusives de prix à la consommation entre la Suisse et les marchés contigus.

Il s'agirait d'interdire des adaptations à la hausse de produits importés par rapport aux prix finaux pratiqués dans le pays de provenance. Inspirée des idées du professeur zurichois à la retraite Roger Zäch, ancien vice-président de la Commission de la concurrence (jusqu'en 2007), l'application de cette motion reviendrait à pratiquer en Suisse une sorte de contrôle des prix en vue

d'obtenir par voie de décret des niveaux considérés comme justes et équitables. A cette occasion, l'organisation faitière économique suisse, surtout représentative des entreprises travaillant à l'exportation, a publié récemment une étude assez complète, innovante par endroits, dans un domaine notoirement négligé - ou survolé de très haut par la recherche académique: la problématique des prix en Suisse.

On ne s'étonnera pas qu'economiesuisse s'en prenne à l'agriculture, dont la protection est à l'origine des prix relativement élevés dans l'alimentaire. Les deux grandes coopératives Migros et Coop, contrôlant environ 70% de la distribution food, ne sont pas ménagés non plus. Ni la propension des Suisses à adopter des réglementations spécifiques pour tout et pour rien (dont les effets économiques sont comparables à un coûteux protectionnisme). La concurrence et la complexité extrême d'un marché très exigu et compartimenté requièrent des approches spécifiques et sophistiquées dont les charges ne peuvent être réparties sur des volumes suffisants.

L'étude fait surtout ressortir une stratégie déjà ancienne permettant d'atteindre dans certains domaines du marché intérieur des clientèles sensibles aux prix sans cannibaliser une majorité de consommateurs aisés et peu regardants. A côté du e-commerce international et des achats transfrontaliers, d'importantes différenciations de prix augmentent l'acceptabilité de l'ilot de cherté.

Pour élargir leur base de clientèle, importateurs et détaillants sont notamment incités à réduire leurs prix courants et leurs marges en multipliant les offres particulières (ou en acceptant de négocier, comme c'est le cas dans le secteur automobile).

«Personne ne s'offusque des emballages de famille ou des promotions trois au prix de deux. Dans les marchés vivants, les différenciations de prix représentent la règle plutôt que l'exception.»

Prix de lancement, rabais pour étudiants, de quantité, ou encore pour commandes anticipées font de la Suisse un marché test sophistiqué qui bénéficie aussi au consommateur attentif. ■



9 771421 948004 10002