

ENTREPRISES

AÉROPORT DE GENÈVE: distinction internationale

Réunis à Porto (Portugal) pour leur conférence annuelle, les experts de l'Air Transport Research Society (ATRS) ont décerné à l'Aéroport International de Genève (AIG) le titre d'aéroport le plus efficace dans la catégorie des aéroports accueillant moins de 15 millions de passagers par an. Cette récompense lui a été décernée sur la base d'une analyse de nombreux paramètres, au nombre desquels le nombre et la qualité des infrastructures disponibles, la diversité de fréquentation de la plate-forme, le niveau des redevances, le volume des activités commerciales ou encore les résultats financiers.

DOMAINE DU MONT D'OR: trois médailles d'or

Le Domaine du Mont d'Or a décroché 3 médailles d'or dans la catégorie «vins issus de vendanges tardives» au 11e Concours international des vins VinAgora qui s'est déroulé du 17 au 20 juin 2010 à Budapest, en Hongrie.

SCHENK: acquisition du Château d'Aigueville

La filiale suisse du Groupe Schenk, vient d'acquérir le Château d'Aigueville, propriété de 107 hectares située dans le cœur des Côtes-du-Rhône. Cet investissement viticole s'inscrit dans une stratégie de pérennisation et de développement commercial des vins de ce Château qui sont distribués depuis plus de 40 ans sur le marché suisse par les soins de Schenk. Schenk va également investir dans une nouvelle installation de réception et de vinification et moderniser les caves du Château afin de mettre d'autant plus en valeur la grande qualité des raisins.

NEST: performance 2000-2009 récompensée

Avec une performance moyenne de 3,85% sur les dix dernières années, Nest est le vainqueur du comparatif des caisses de pension 2010 de la *Sonntagszeitung*. Sa stratégie de placement à long terme et son orientation écologique et éthique porte ainsi ses fruits. Nest se retrouve sur le podium pour le rendement des placements pour la cinquième année consécutive. Nest est également en tête en termes de croissance avec une augmentation de 11% de ses assurés-e-s pour l'année 2009.

IMTF: les services aux PME remis à MTF Quadra

Informatique-MTF (IMTF) et MTF Quadra collaborent depuis de nombreuses années. IMTF souhaitant se concentrer sur ses solutions de gestion électronique des documents, d'output management et de conformité et MTF Quadra souhaitant étendre ses prestations de services et de solutions en infrastructure IT, les deux sociétés ont conclu un accord de cession. Depuis le 21 juin MTF Quadra a ouvert son bureau fribourgeois dans les locaux d'IMTF à Givisiez; Florian Revaz, ancien collaborateur d'IMTF, a rejoint MTF Quadra en prenant la responsabilité de cette antenne.

Les start-up innovantes aiment dons et distinctions

SENSEFLY. Le spin-off de l'EPFL a remporté la troisième phase de Venture Kick. Elle va prospecter aux Etats-Unis.

GIUSEPPE MELILLO

Un don de 100.000 francs, c'est la somme que vient de recevoir la start-up lausannoise senseFly, lauréate du prix Venture kick avec un mini-drone autonome. Que va-t-elle en faire? «Nous allons pouvoir prospecter aux Etats-Unis et participer à des foires agricoles», confie Jean-Christophe Zufferey. Alors qu'il ciblait jusqu'ici les stations météo, le cofondateur de senseFly espère séduire les agriculteurs américains. «Aux Etats-Unis, les gros propriétaires fermiers disposent de domaines très étendus, qui couvrent très souvent plus de 400 hectares. Impossible de savoir si un champ est prêt à être cultivé ou si un terrain est suffisamment irrigué sans se rendre sur place. Avec notre appareil, il est possible à un agriculteur de disposer, en quelques minutes, d'une image fidèle et en haute résolution de l'état de ses cultures et de visualiser tout ceci sur un simple écran», explique-t-il.

Doté d'une autonomie d'une demi-heure et d'un appareil photo, son robot volant peut prendre systématiquement des clichés sur une zone de 1 km carré. Autre avantage: il ne nécessite aucune formation préalable ni au pi-



ANTOINE BEYELER, ANDREA HILDEBRAND ET JEAN-CHRISTOPHE ZUFFEREY. L'équipe de senseFly doit convaincre les agriculteurs américains.

lotage ni au montage. Il suffit de sortir l'appareil de sa mallette, de l'armer d'une pile et de le secouer trois fois avant de le lancer dans les airs. Tout le reste est programmé. Quelques minutes après l'atterrissage, les photos s'affichent à l'écran de l'ordinateur.

SenseFly n'est pas la seule start-up récompensée par Venture kick. Le jury a aussi récompensé les «vaccins sucrés» de la start-up zurichoise Malcisbo. Cet organisme privé financé par quatre fondations privées, repère chaque mois huit projets d'entreprise en gestation dans les universités et hautes

écoles suisses. Lors de la première phase de sélection sur dossier de cinq pages, quatre sociétés touchent 10.000 francs chacune. Lors de la phase suivante, dite de l'«executive summary», document d'une dizaine de pages, deux start-up reçoivent 20.000 francs.

Le prix de 100.000 francs intervient au terme de la troisième sélection avec présentation du business plan devant un jury de dirigeant de sociétés high tech et d'experts. Depuis 2007, Venture kick a distribué 4,5 millions de francs à 129 jeunes sociétés suisses. 25 entreprises ont reçu

130.000 francs, 56 autres 20.000 francs et les 25 dernière 10.000 francs. «En moyenne, ces start-up ont pu lever des financements dix fois plus importants, soit 45 millions de francs, ce qui a permis de créer 500 emplois en Suisse», confie Derek Barras, project manager de Venture Kick, à Lausanne.

«L'argent n'est pourtant pas l'élément le plus important de ce programme», estime Jean-Christophe Zufferey. Entre chaque phase, Venture Kick organise un camp de formation de deux jours. Des experts aident la future start-up à préciser son projet et à se créer un réseau.

«L'argent donné ne peut pas servir à fonder la société, il doit être dépensé dans un but commercial: visite de clients, création d'une vitrine sur internet, note Derek Barras. Notre but est de sortir les chercheurs des labos et les pousser hors de leur zone de confort.»

VENTURE KICK
A DISTRIBUÉ
4,5 MILLIONS
À 129 JEUNES SOCIÉTÉS
SUISSES DEPUIS 2007
ET PERMIS DE CRÉER
PLUS DE 500 EMPLOIS.

Le marché est-européen suscite l'intérêt et la curiosité des viticulteurs romands

La Suisse arrive tard sur ce marché. Mais le potentiel de croissance est très important.

PHILIPPE GAILLARD*

«Si l'Autriche a réussi, pourquoi pas nous!», c'est sur cet appel lancé par Christian Minacci de l'OSEC que s'est ouvert le séminaire organisé récemment à Morges sur les «Recettes pour exporter avec succès les vins suisses en Russie». Rassemblées autour de Dmitri Zhurkin, CEO de l'une des principales sociétés de distribution de vin à Saint-Petersbourg, les grandes caves de Suisse romande s'étaient donné rendez-vous pour entendre ce que la Russie avait à offrir en termes de débouchés pour les vins suisses.

Exemple-phare de cette démarche, l'Autriche précisément, qui y rencontre un succès réjouissant. «La Suisse arrive tard sur ce marché, mais on ne peut pas dire non plus qu'elle arrive trop tard», a tenu à rassurer Dmitri Zhurkin. Il faut dire à la décharge des viticulteurs helvétiques que l'activité d'exportation ne représente pas une véritable priorité pour eux, puisque seul 2% des ventes est réalisé à l'étranger.

Pas tous très au fait des sévères règles du jeu dans les marchés d'exportation, et encore moins des spécificités du marché russe, les viticulteurs présents ont eu droit à ce qui pourrait s'apparenter à une douche froide. «En Russie, on ne sait pas que la Suisse produit du vin», a tenu à préciser l'orateur du jour. La France, qui bénéficiait d'une position quasiment hégémonique à la fin de l'ère communiste, ne représente plus que 21% du marché en termes de valeur, «les pays de l'hémisphère sud progressent très rapidement». «Actuellement, on trouve tout ce que l'on veut à Moscou et à Saint-Petersbourg. Consommer du vin est devenu un phénomène très à la mode et la connaissance du public s'est beaucoup améliorée».

Pour les distributeurs locaux, le gros point noir demeure toutefois les nombreux obstacles administratifs qui vont de la certification du produit au périlleux processus de dédouanement.

Après 2006 qui avait vu l'effondrement des importations de boissons alcoolisées en raison de l'informatisation de l'étiquetage des bouteilles par les services douaniers, on s'attend au pire cette année avec l'avènement de l'Union douanière introduite à

marche forcée par Vladimir Poutine. La combinaison TVA-droits de douane – frais de logistique – marges des intermédiaires – contrôles divers voit le prix du produit multiplié au moins par trois. Pour Sébastien Ludy, responsable de l'export chez Pro vins, ce multiple «n'a rien d'exceptionnel s'agissant d'un pays émergent». Au Brésil, il est encore plus élevé. Il est important dans ces conditions de travailler sur l'exclusivité du produit et le label Made in Switzerland. Avouant qu'il s'était montré au départ un peu sceptique sur les vins suisses, Dmitri Zhurkin a reconnu qu'il avait été surpris en bien.

Concernant le potentiel de croissance de la consommation en Russie, il est considérable si l'on considère que le Russe consomme actuellement presque dix fois moins de vin que le citoyen européen. Face à ce tableau peu enchanteur, certains membres de l'assistance ont tenu à riposter en insistant sur la nécessité pour les vins suisses d'améliorer leur reconnaissance à l'étranger «pour que les touristes venant chez nous connaissent nos vins et les consomment ici, mais aussi pour que la visibilité de nos produits sur le marché suisse soit améliorée à travers ce passage par l'étranger».

Autre approche, autre trajectoire celle de Renaud Burnier, viticulteur à Nant dans le Vully, mais aussi propriétaire-exploitant d'un vignoble de 50 hectares dans la région d'Anapa, non loin de la future ville olympique de Sochi sur la mer Noire, dans la partie russe du Caucase. Avec une superficie de 80.000 hectares cultivés durant l'époque soviétique, Anapa constitue la principale région de production de vin, malgré un fort redimensionnement intervenu à la suite des tentatives de Moscou de juguler dans les années 1980 le problème de l'alcoolisme par la destruction d'une part importante des vignobles.

Aujourd'hui la production renaît, mais elle doit faire face à un cruel manque de moyens et de savoir-faire. Pour Renaud Burnier et son épouse Marina d'origine russe, le projet a démarré en 1999. «Actuellement, nous sommes encore les seuls à produire du vin haut de gamme d'origine russe. Notre objectif est d'exporter 50% de notre pro-

duction à l'étranger. Nous visons notamment la clientèle russe résidant hors du pays. L'année prochaine, nous atteindrons notre plein rendement, grâce notamment à une cave toute neuve construite d'ailleurs en collaboration avec différentes entreprises suisses. A terme, nous comptons produire entre 250 et 300.000 bouteilles».

Le défi relevé par le vigneron vuillerain représente cependant un courageux pari sur l'avenir. Pour qui connaît les conditions réservées en Russie à ceux qui veulent «bâtir» quelque chose, les risques ne sont pas à minimiser. Ce n'est du reste pas un hasard si l'économie privée se montre pareillement obnubilée par tout ce qui tourne autour du retour sur investissement. Se projeter sur le long terme est peu compatible avec l'esprit du temps. Mais comme le relève Marina Burnier, «Pour nous, ce vignoble c'est le rêve de notre vie».

* Estrate Consulting

LE POTENTIEL DE CROISSANCE
DE LA CONSOMMATION DE VIN EN RUSSIE
EST CONSIDÉRABLE SI L'ON CONSIDÈRE
QUE LE CITOYEN RUSSE CONSOMME PRESQUE DIX
FOIS MOINS DE VIN QUE LE CITOYEN EUROPÉEN.

Nayla Hayek promet la continuité

La nouvelle présidente de Swatch Group, Nayla Hayek, promet de poursuivre l'oeuvre de son père défunt Nicolas. «Je suis surprise que les gens pensent que ça changera quelque chose», dit-elle dans une interview parue vendredi dans la *Berner Zeitung*.

Son père a toujours élaboré sa stratégie avec le conseil d'administration, auquel elle appartient depuis quinze ans. «Il ne faisait pas de one man show», souligne Nayla Hayek dans le premier entretien accordé depuis sa prise de fonction.

Seuls des observateurs extérieurs se sont montrés surpris de son élection. «Les personnes qui étaient assez proches savaient cependant qu'il m'avait formée pour prendre sa succession». Elle en veut pour preuve sa nomination à la vice-présidence le printemps passé. – (ats)

PEACH PROPERTY: extension en Allemagne

Le Peach Property Group augmente son engagement en Allemagne et engage à cet effet de nouveaux collaborateurs. Henk van Doesburg devient nouveau Chief Financial Officer et Ralf Vorrink nouveau directeur général pour Peach Property Group (Deutschland) GmbH, une filiale à 100% de Peach Property Group SA. Le directeur général et Chief Financial Officer, Steven Boyens, quitte l'entreprise, indique vendredi la société immobilière suisse.