

Nestlé voit la croissance dans les émergents

Le géant alimentaire vaudois Nestlé prévoit d'investir d'ici 2012 au total 6 milliards de francs dans les pays émergents, a-t-il annoncé mardi. Le groupe table sur 1,5 milliard de francs d'investissements dans les BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine), 2 milliards en Asie, 1 milliard en Afrique et 1,6 milliard en Amérique latine, a-t-il indiqué dans des documents présentés lors de la journée des investisseurs. Nestlé, qui veut réaliser d'ici 2020 environ 45% de ses ventes dans les pays émergents, avait récemment indiqué qu'il ambitionnait de conquérir en dix ans un milliard de nouveaux clients dans ces pays.

Nestlé vise toujours une hausse de la croissance organique de sa division principale «Alimentation et boissons» (F+B) en 2010, par rapport à 2009. «C'est toujours notre objectif», a déclaré le patron du groupe Paul Bulcke, mardi devant les investisseurs, à Vevey. Le directeur financier Jim Singh a déclaré que non seulement les marges devraient être plus élevées en 2010 (conformément au modèle Nestlé), mais aussi le bénéfice par action (EPS) du groupe (Alcon inclus). M. Bulcke voit notamment de belles opportunités pour le groupe dans les marchés émergents, dont la croissance est forte et où Nestlé génère un chiffre d'affaires de 35 milliards de francs, soit environ 35% du total, ce qui est mieux que la concurrence. Les USA semblent se redresser dans certains secteurs, alors que l'Europe avance un peu plus lentement, tout en offrant de belles opportunités, selon lui. ■

Marché à terme éthique de l'eau

Initiative suisse pour financer des projets d'infrastructure en eau.

GAËL LE CORRE-LALIBERTÉ

Valérie Issumo connaît bien les marchés à terme, ayant travaillé 15 ans dans le trading de soft commodities, notamment pour Sucre Export à Anvers (Belgique) et Novel Commodities à Genève. L'économiste, qui possède en outre un MBA, est l'initiatrice d'un projet de bourse éthique de l'eau. Cette bourse mettrait en relation les producteurs de certaines marchandises qui ont une forte empreinte en eau (par exemple l'or ou le blé) et les distributeurs d'eau potable, qui livreraient gratuitement 40 litres d'eau/jour/habitant aux populations pauvres. Ces volumes d'eau fournis par des investissements en infrastructure seraient principalement financés par les consommations des secteurs agricoles et industriels. Ces derniers représentent respectivement 70% et 15% de la consommation en eau.

Valérie Issumo voit un parallélisme avec la bourse du CO2 où il est proposé de régler une problématique environnementale et globale par des mécanismes de marché. L'arbitrage entre le négoce de titres éthiques d'eau et de pétrole, gaz, autres sources d'énergie ou carbone devrait également être possible en raison de leur interaction. Le marché à terme éthique de l'eau permettrait de réaliser l'objectif du millénaire pour le développement des Nations

Unis visant à diminuer de moitié, d'ici 2015, la proportion de la population n'ayant pas accès à l'eau potable. Mais contrairement à la bourse du CO2, Valérie Issumo propose que l'exécution se rapproche des marchés de gré à gré, comme le cuivre ou le coton. «Ces marchés n'ont pas été imposés, contrairement au marché du carbone, et ils fonctionnent bien car les intervenants y trouvent leur compte».

Dans ce cas-ci, ce sont les entreprises intéressées à améliorer leur bilan dans le domaine du social corporate responsibility. «Comme le montre un rapport de McKinsey sur l'eau, de nombreuses entreprises, dont Nestlé, ont en tête la problématique de leur consommation en eau», indique-t-elle. Selon elle, les consommateurs finaux pourraient aussi être intéressés à payer une prime pour prendre en compte l'empreinte écologique de leur consommation. Par exemple, un peu comme la prime pour l'électricité produite de manière renouvelable, l'uranium servant à la production d'énergie nucléaire pourrait inclure le prix de son empreinte en eau.

C'est cet aspect philanthropique qui la distingue de la Bourse de l'eau en Australie ou des fonds spécialisés dans l'eau, qui ne font que suivre les titres de compagnies actives dans la distribution. D'autant que ces fonds n'ont pas

d'intérêt à investir dans des projets de faible ampleur. Au départ, la bourse pourrait permettre de financer des projets de distributions d'eau potable variant entre 10.000 et 200 millions de francs. «Toute l'industrie du cleantech, qui offre des solutions pour toutes les catégories de secteurs (agricoles, industriels et miniers), pourrait lever des fonds pour son développement à travers la bourse éthique de l'eau», ajoute-t-elle. Le projet utiliserait pour les calculs de l'empreinte en eau une plateforme informelle appelée Prana Sustainable Water qui reçoit les avis notamment de la Swiss Futures and Options Association (SFOA), d'organismes pour le développement durable, de journalistes, d'universités, d'avocats, d'experts en hydrologie et de sociétés de notations.

Valérie Issumo espère aller chercher des appuis pour obtenir le volume de marché suffisant pour démarrer cette bourse éthique de l'eau à travers les sociétés soucieuses de contribuer au bien-être social et environnemental. ■

CETTE BOURSE SE VEUT UN MIXTE ENTRE LES MARCHÉS DE GRÉ À GRÉ, COMME CELUI DU CUIVRE OU DU COTON, ET CEUX D'ÉCHANGE DE PERMIS DE CO2.

Le rattrapage soft après l'échec de la fusion

ORANGE. L'opérateur a choisi Zurich pour présenter une stratégie très communication. L'état de concurrence non agressive est confirmé.

Dans sa première apparition après le rejet de sa fusion avec Sunrise, Orange a balayé les dernières tentatives. Le niveau de concurrence restera en l'état, avec un opérateur dominant, Swisscom, et deux challengers. C'est dans ce contexte sans surprise que le directeur national de la filiale de France Telecom a dévoilé, hier à Zurich, les contours d'une stratégie qui paraît à nouveau très soft. Dans les grandes lignes, Orange s'apprête à investir dans son réseau mobile (700 millions seront investis dans les cinq prochaines années), renforce son empreinte dans les technologies les plus avancées et continue d'augmenter son portefeuille de services cross-médias pour fidéliser sa clientèle. Une avancée très relative est présentée sur le thème des tarifications, avec un programme construit sur l'idée de transparence: le consommateur de paie que ce qu'il utilise, à défaut de risquer une approche tarifaire moins consensuelle. Le seul changement notable consiste en une nouvelle segmentation de la demande, avec focalisation sur les entreprises, micro, petites et moyennes. Via une accroche de type régionale, et les centres de compétences (10) ad hoc, et un management de type participatif. Effets connexes, l'organigramme est redessiné et une

vingtaine de postes seront ouverts dans l'année.

Inutile d'attendre la moindre avancée sur le thème vraiment attendu: la concurrence n'est pas près de se raffermir. Thomas Sieber, directeur Orange Suisse, a résumé: «La fusion avec Sunrise nous aurait donné les raisons d'être plus agressifs.» Exit la fusion, refusée par la Commission de la concurrence en avril dernier. Exit l'espoir de franchir enfin une nouvelle étape de la compétition dans les télécoms suisses. Concrètement, Orange se refuse toujours à mettre les prix sous pression. La direction esquisse même volontairement toute rhétorique guerrière lorsqu'elle est interrogée sur sa stratégie de croissance: les parts de marché ne sont pas ravies à la concurrence, mais gagnées à la grâce de concept convenu, de proximité et d'écoute de la clientèle. Thomas Sieber a encore précisé que la croissance restera organique. Les 700 millions d'investissement projeté ne comprennent aucune acquisition éventuelle.

Orange Suisse, filiale à 100% de France Télécom et troisième opérateur mobile dans la Confédération, a réalisé l'année dernière un chiffre d'affaires de 1,3 milliard de francs avec quelque 1156 collaborateurs. (SG)

L'APPROCHE TARIFAIRE DEMEURE TOUT À FAIT CONSENSUELLE. INUTILE D'ATTENDRE UNE VRAIE AVANCÉE SUR LE THÈME DE LA CONCURRENCE TÉLÉCOM EN SUISSE.

Le directeur de La Poste appuie la mutation en société anonyme

Le gouvernement veut ouvrir progressivement le marché postal. Ce qui suscite une forte controverse.

La transformation de La Poste en une société de droit public est une priorité pour son patron Jürg Bucher. La suppression du monopole sur les lettres de moins de 50 grammes lui semble en revanche moins cruciale.

«La Poste peut vivre avec ou sans monopole restant», estime Jürg Bucher dans un entretien accordé à l'ATS. Depuis dix ans, le géant jaune se prépare à la concurrence. Et dans les paquets, la concurrence acharnée des opérateurs privés est déjà sensible.

Pour le patron de La Poste, les plus gros défis résident dans l'évolution actuelle du marché: la communication sur papier ne cesse de décliner au détriment de la communication électronique.

Jürg Bucher est d'avis que La Poste doit se doter de structures modernes pour faire face à cette situation. Raison pour laquelle la transformation de l'institution en une société anonyme (SA) est essentielle.



JÜRIG BUCHER. «Cela permettrait de séparer clairement les décisions politiques de la conduite managériale.»

«Cela permettrait de séparer clairement les décisions politiques de la conduite managériale», a-t-il ajouté. Selon lui, cette séparation se traduirait par plus de souplesse dans les ressources humaines tandis que les possibilités de coopération et de financement s'en trouveraient accrues.

Le Conseil fédéral veut faire de l'entreprise une société de droit public, un modèle déjà approuvé par le Conseil des Etats. La commission compétente du National se prononcerait ce mardi sur la question. Outre La Poste elle-même, PostFinance deviendrait également une société anonyme. Le gouvernement veut ouvrir progressivement le marché postal, ce qui suscite une forte controverse.

S'appuyant sur les expériences faites à l'étranger, Jürg Bucher estime une politique de petits pas plus sage qu'un changement radical. «Il faut que La Poste soit d'abord dotée d'une structure dans laquelle elle peut se mouvoir librement», estime-t-il. «La question du monopole peut se poser plus tard».

Cette vision ne fait pas l'unanimité. Pour les milieux économiques, les deux choses sont indissociables. L'association faitière économiques suisse appuie la transformation structurelle à condition que le marché postal devienne totalement ouvert à la concurrence. Faute de quoi, elle craint que La Poste ne devienne trop puissante. A l'opposé, les syndicats ne veu-

lent entendre parler ni de société par actions ni de la suppression de tout monopole. «La Poste restera un employeur respectueux des droits sociaux, même si elle devient une SA», rétorque Jürg Bucher. Reste que l'évolution des besoins des clients ainsi que les nouvelles technologies ont néanmoins des conséquences sur les effectifs. «Nous aurons en 2010 davantage d'employés qu'en 2009. Mais les forces seront différentes au sein des différentes divisions», relève-t-il. Il faut ainsi moins de personnel dans les offices de poste ou chez les facteurs. Par contre, l'entreprise a besoin d'informaticiens, de financiers et de chauffeurs de bus. Des reconversions à l'interne sont d'ailleurs organisées. — (ats)

Pas de hausse des tarifs du courrier A et B l'an prochain

La Poste n'augmentera pas l'an prochain ses tarifs pour le courrier A et B, selon son patron Jürg Bucher. A moyen terme en revanche, il faut compter sur des hausses, les effets d'économie de certains gros projets arrivant à épuisement. «Si la qualité doit rester élevée et que les salaires continuent de progresser, une

augmentation est envisageable à l'avenir», a indiqué Jürg Bucher, dans un entretien accordé à l'ATS. La Poste a relevé les tarifs des lettres pour la dernière fois début 2004. Un ajustement ne s'imposera pas en 2011. La Poste profite encore des baisses de coûts, liées à son projet de réorganisation REMA. — (ats)

POKEN: partenariat aux Etats-Unis

La start-up lausannoise Poken, spécialisée dans le transfert d'informations et les réseaux sociaux, a conclu un partenariat de distribution avec l'américain MMI. Le groupe compte plusieurs grandes entreprises dans son portefeuille de clients, précise le communiqué publié hier. Pour rappel, la technologie de Poken permet de transférer par un simple contact les données de clés USB. La société cherche aujourd'hui à développer son offre dans l'événementiel, un secteur qui semble présenter des débouchés intéressants pour son produit.

SWISSCOM: de nouveaux services pour la clientèle commerciale

Swisscom lance une série de nouveaux services destinés à la clientèle commerciale, sous le nom Cloud Services. Il s'agit de services à la demande disponibles sur le réseau Swisscom, indique le communiqué du géant bleu publié mardi. Swisscom propose ainsi des services de calcul, de stockage et d'archivage de courrier électronique intégrés dans son propre réseau d'entreprise et disponibles à la demande, en collaboration avec des partenaires de premier plan, dont Verizon Business, explique le communiqué. Ces nouveaux Cloud Services permettent aux entreprises d'augmenter ou de réduire à tout moment leurs capacités de calcul et de stockage en fonction de leurs besoins sans avoir à investir dans une infrastructure informatique ou du personnel spécialisé risquant d'être sous-employés voire inutilisés.

CREALOGIX: partenariat avec Anaxco Solution

Crealogix et Anaxco Solution ont conclu un partenariat stratégique. Anaxco devient le partenaire exclusif sur le marché allemand pour le système informatique intégré servant à trouver des solutions IT pour le transport et le secteur de la logistique de Crealogix et qui se base sur celui de Microsoft, le Dynamics AX. Anaxco est une joint-venture entre Login GmbH et Eikona AG, les deux entreprises s'occupant de près de 70 partenaires faisant partie du réseau logistique Cargoline, selon un communiqué publié mardi par la société de services informatiques et logiciels Crealogix.

CABLECOM: contrat prorogé avec SRG SSR idée suisse

Les sociétés SRG SSR idée suisse et cablecom ont décidé de renforcer leur collaboration dans le domaine de l'infrastructure réseau de distribution. Grâce au passage de la production télévisuelle au mode HD, les capacités de transmission actuelles devraient être multipliées par huit. À cet égard, le partenariat mis en place avec succès en 2005 en vue de l'exploitation du réseau de distribution SAMBA a été reconduit pour une période de six ans.