

SWISSQUOTE

ePRIVATE BANKING MAGAZINE

Suisse

Auris Medical,
la success story
biotech

Analyse

Investir
dans le vice

Duel

eBay contre PayPal

SILVER ECONOMY

Le marché des
baby-boomers

- ✘ Opportunités
d'investissement
- ✘ Une nouvelle vie
sous les tropiques
- ✘ Dix conseils pour
assurer sa retraite

Judi Dench
photographiée par
Martin Schoeller

ISSN 1663-8379



9 771663 837050

ROCHE . . . L'OREAL . . . STRAUMANN . . . ESSLOR . . .
NOVARTIS . . . AUDI . . . TUI . . . SONOVA . . . GOOGLE . . .

HAVAS WORLDWIDE ZÜRICH



*MOTEUR THP S&S
DE 270 CH*

*DIFFÉRENTIEL AUTO-
BLOQUANT TORSEN®*

PEUGEOT RECOMMANDE TOTAL

Peugeot 308 GTi THP 270 S&S by Peugeot Sport, avec options. Consommation mixte de carburant 6,0 l/100 km, CO₂ mixte 139 g/km, catégorie de rendement énergétique C. Le modèle se trouve actuellement



DÉCOUVREZ LA NOUVELLE PEUGEOT 308 GTi DÈS LA FIN OCTOBRE CHEZ

Lorsqu'il s'agit d'associer sportivité extrême et sobriété, les ingénieurs de Peugeot Sport ne font aucun compromis. Avec ses 270 ch, CO₂ de 139 g/km seulement. Incroyable, non? Son tempérament sportif transparait à travers de nombreux détails de l'habitacle et du
Votre partenaire Peugeot se réjouit de vous en dévoiler plus.

NOUVELLE PEUGEOT 308 GTi

MOTION & EMOTION

NOUVELLE PEUGEOT 308 GTi

BY PEUGEOT SPORT

REPOUSSEZ LES LIMITES



139 G DE
CO₂/KM

en phase d'homologation. L'émission moyenne de CO₂ de tous les véhicules neufs proposés en Suisse s'élève à 139 g/km.

VOTRE PARTENAIRE PEUGEOT

son couple allant jusqu'à 330 Nm et une accélération impressionnante de 0 à 100 km/h en 6 secondes, la nouvelle Peugeot 308 GTi affiche des émissions de design extérieur. Le «Pack Dynamic» fournit d'autres informations liées à la conduite telles que la pression de suralimentation et l'accélération gravitationnelle.



PEUGEOT



Faites des économies là où personne ne les attend.

Les nouveaux modèles Mercedes-Benz séduisent par une faible consommation de carburant, des émissions de CO₂ réduites et des rabais flotte intéressants. Demandez une offre personnalisée à votre partenaire Mercedes-Benz et informez-vous sur www.mercedes-benz.ch/fleet

MERCEDES-BENZ BUSINESS

L'offre flotte pour vous.



Vieillir jeune

Vous avez célébré cette année votre 60^e anniversaire? Vous êtes donc au cœur de la génération des baby-boomers, cette immense cohorte d'individus nés entre 1945 et 1965, qui sont entrés dans la seconde moitié de leur vie. Par leur nombre et leur culture volontiers anti-conformiste, ils ont déjà changé nos sociétés. Ce n'est qu'un début: ils vont encore bouleverser l'économie mondiale. Un chiffre donne la mesure de l'enjeu: les personnes âgées de plus de 60 ans représentent plus de 11% de la population planétaire. Cette proportion va doubler à l'horizon 2050, selon les Nations unies.

Une évolution qui profite à d'innombrables entreprises, ouvrant autant d'opportunités d'investissements. On pense évidemment au secteur de la santé, témoin privilégié du vieillissement démographique. C'est un terrain sur lequel la Suisse évolue en experte, avec les poids lourds de la pharma Novartis et Roche, le producteur de prothèses auditives Sonova ou encore le leader mondial des implants dentaires Straumann (p. 42 et 46).

Mais les entreprises qui s'intéressent aux seniors ne se limitent pas, tant s'en faut, à celles qui leur prodiguent des soins. Depuis le tournant du siècle, de nombreux prestataires ciblent leur mode de vie en leur proposant des offres touristiques distinctes ou des smartphones dédiés, en attendant les produits financiers spécifiques et le commerce en ligne personnalisé.

Pour l'entreprise qui s'y aventure, le marché des seniors n'offre pas forcément une promenade de santé. Les plus de 50 ans ont des parcours de vie très diversifiés et passent pour des consommateurs particulièrement exigeants. Autant d'écueils à franchir pour l'entreprise qui veut s'adresser aux baby-boomers, une génération qui dispose d'une espérance de vie et d'un pouvoir d'achat plus élevés que la précédente.

Dans l'interview qu'il nous a accordée, le professeur Florian Kohlbacher, auteur de l'ouvrage de référence «The Silver Market Phenomenon», s'étonne du faible nombre d'entreprises ciblant spécifiquement les seniors (p. 36). Ont-elles perçu l'imminence du tournant démographique? Il y a un signe qui ne trompe pas: aujourd'hui, on peut avoir plus de 80 ans, continuer d'exercer son métier et rester plus que jamais dans le vent. Vieillir jeune, en somme. A l'image de l'actrice britannique Judi Dench, l'impressionnante M de la saga James Bond, dont le visage éclaire la couverture de ce numéro.

Bonne lecture,



Marc Bürki,
CEO de Swissquote

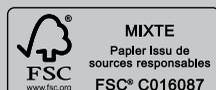
SWISSQUOTE

Editeur

Swissquote
Chemin de la Crétaux 33
1196 Gland
Suisse
T. +41 44 825 88 88
www.swissquote.ch
magazine@swissquote.ch

Coordination du magazine

Brigitta Cooper



Réalisation éditoriale et graphique

LargeNetwork
6, rue Abraham-Gevray
1201 Genève
Suisse
T. +41 22 919 19 19
info@LargeNetwork.com
www.LargeNetwork.com

Responsables de la publication

Gabriel Sgrist
et Pierre Grosjean

Direction de projet (ad interim)

Erik Freudenreich
Guillaume Meyer

Coordination

Léonore Jaccard

Rédaction

Alexandre Babin
Julien Calligaro
Catherine Cochard
Robert Gloy
Benjamin Keller
Sylvain Menétray
Philipp Müller
Laurent Perrin
Jean-Christophe Piot
Marc Renfer
Gaëlle Sinnassamy
William Türlér
Julie Zaugg

Maquette

Jérémie Mercier

Responsable visuel de projet

Sébastien Fourtouill

Mise en page

Diana Bogsch
Benoit Ecoiffer
Sébastien Fontana
Sébastien Fourtouill
Romain Guerini
Fany Hemidi
Nicolas Leuba

Traduction

Technicis Finance,
Paris

Couverture

Photo: Martin
Schoeller / AUGUST

Photographies

Steven Edson
Zakaria Zainan
AFP
Getty Images
iStock
Movie Stills
Newscom
Keystone
Reuters

Impression, reliure et distribution

Stämpfli SA, Berne

Publicité

Mediensatellit GmbH
Baslerstrasse 30
8048 Zurich, Suisse
T. +41 44 400 45 40
www.mediensatellit.ch
info@mediensatellit.ch

wemf

REMP 2015: 49'471 ex.
Tirage: 60'000 ex.

imprimé en
suisse

Abonnement à
Swissquote Magazine
CHF 40.- pour 6 numéros
www.swissquote.ch/magazine/f/



14
GLOBE



64

AUTO



LUXE

25

BREAKFAST AT TIFFANYS / PARAMOUNT PICTURES



HONEY BUNN PHOTOGRAPHY

68

ISTANBUL

SOMMAIRE

- | | |
|--|---|
| <p>3. ÉDITORIAL
par Marc Bürki</p> <p>6. ÉCONOMIE SUISSE</p> <p>8. ÉCONOMIE NUMÉRIQUE</p> <p>14. GLOBE</p> <p>20. AURIS MEDICAL
La biotech qui prend soin
de vos oreilles</p> <p>24. ANALYSES
Les conseils des professionnels
pour investir</p> <p>25. LUXE
Le triumvirat qui se dispute
la couronne de la joaillerie</p> <p>30. E-COMMERCE
eBay VS PayPal: duel au sommet</p> | <p>32. SILVER ÉCONOMY:
LE MARCHÉ
DES BABY-BOOMERS</p> <p>35. Les chiffres du marché des seniors</p> <p>36. Interview de Florian Kohlbacher,
expert en marketing</p> <p>42. Des cheveux argentés qui valent
de l'or</p> <p>46. Les implants dentaires sourient
à la Suisse</p> <p>49. La retraite au soleil</p> <p>53. Les seniors ont la bougeotte</p> <p>56. Dix conseils pour une retraite dorée</p> |
|--|---|

32



AP, LETTERIS PITARAKIS / KEYSTONE

-
- | | |
|--|---|
| 60. SWISSQUOTE
La chronique de
Peter Rosenstreich | 68. VOYAGE
Istanbul, more is more |
| 63. LIVRES ET APPS
La sélection du mois,
à lire et à télécharger | 74. ÉVASION
Berne, danses ardentes |
| 64. AUTOMOBILE
Culture pop et voitures top | 80. QUESTIONS PRIVÉES
Jeroen van Rooijen,
styliste et journaliste |

CODE QR

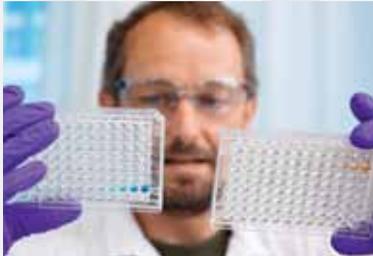


Ce symbole apparaît en marge de certains articles de ce magazine. Il s'agit d'un Code QR [pour «Quick Response»]. Une fois photographié, il permet à un téléphone mobile compatible d'afficher directement la page web relative au sujet. Pour les usagers Swissquote, ce code permet de suivre le cours de l'action de l'entreprise mentionnée, et même d'en acheter ou d'en vendre. Pour télécharger l'application compatible avec votre téléphone: www.swissquote.ch/magazine/code/f/

ÉCONOMIE SUISSE

AG AI AR BE BL BS FR GE GL GR JU LU NE NW OW SG SH SO SZ TG TI UR VD VS ZG ZH

NOVARTIS GAGNE FACE À AMGEN



Novartis a obtenu le feu vert des autorités américaines pour mettre en vente son médicament Zarxio. Il s'agit de la première autorisation délivrée par les Etats-Unis à un biosimilaire, soit la version générique d'un médicament composé de matériau vivant. Le Zarxio concurrencera le Neupogen commercialisé par Amgen, un traitement qui favorise la production de cellules sanguines chez les patients atteints de cancer. Amgen avait déposé plainte pour empêcher la mise en circulation du Zarxio.

🚩 NOVN

RAJESH EXPORTS S'OFFRE VALCAMBI

Le raffineur tessinois Valcambi s'est fait racheter par Rajesh Exports, le plus grand exportateur de bijoux en or d'Inde. La transaction porte sur un montant de 400 millions de dollars. Cela permettra à la firme indienne de s'assurer un apport suffisant en métaux précieux. Valcambi a traité et vendu environ 945 tonnes d'or par an ces trois dernières années. A titre de comparaison, le sous-continent indien en a importé 891,5 tonnes en 2014. Du côté de la société suisse, ce rachat lui permet d'accéder à de nouveaux marchés en Inde, mais aussi au Moyen-Orient et en Chine.

LOGITECH SE TRANSFORME DE FOND EN COMBLE

«La plus grande transformation de la marque de son histoire.» La société vaudoise Logitech, spécialisée dans les périphériques informatiques, change tout: logo, nom et assortiment. Un nouvel emblème coloré doté d'une typographie moderne a remplacé l'ancien. Plutôt que de fournir des accessoires destinés aux appareils d'autres marques, l'entreprise veut désormais se concentrer sur sa propre gamme. Rebaptisé «Logi», ce label doit offrir des produits «aux couleurs vives» et au «design simple», allant «au-delà des périphériques pour PC» et ayant une place «dans chaque aspect de la vie quotidienne».

🚩 LOGN

SWISSPORT DEVIENT CHINOIS



Le numéro mondial de l'assistance aérienne au sol change de mains. Son propriétaire PAI Partners vient de le céder au chinois HNA Group. Cette transaction valorise Swissport à 2,73 milliards de francs. L'entreprise helvétique, dont le chiffre d'affaires s'élève à 3 milliards de francs, viendra compléter les activités de son acquéreur, qui s'occupe déjà de gestion d'aéroports, de logistique et de tourisme. Il possède notamment la compagnie aérienne Hainan Airlines. Présent dans 48 pays, Swissport fournit ses services à 224 millions de passagers et gère 4,1 millions de tonnes de cargo par an.

YPSOMED S'ALLIE AU SUD-CORÉEN HANMI



Le spécialiste bernois des systèmes d'injection Ypsomed a conclu un accord avec le groupe sud-coréen Hanmi Pharmaceutical pour développer des stylos injecteurs qui permettent de diffuser un médicament dans le corps sur une durée prolongée. Ils serviront à administrer diverses molécules qui se trouvent dans le portefeuille de la firme asiatique: le GLP-1, une insuline qui se prend une fois par semaine, ainsi qu'un produit combiné pour traiter l'obésité et le diabète. Ypsomed, qui emploie environ 1100 personnes, a réalisé un chiffre d'affaires de 306,6 millions de francs lors de l'exercice 2014/2015.

SWATCH PERD DES PLUMES EN ASIE

Le bénéfice net de Swatch Group a chuté de 19,4% au premier semestre 2015 en rythme annuel, à 548 millions de francs. La société biennoise a souffert du recul de ses ventes sur les marchés où elle réalise les marges les plus importantes, à savoir à Hong Kong où ses recettes ont diminué de 20%, en Corée du Sud où l'épidémie de maladie respiratoire (MERS) a fait fuir les touristes et en Suisse où la force du franc a affecté la popularité de ses garde-temps. Les consommateurs se sont reportés sur l'Europe, la Chine continentale et le Japon.

🚩 UHR

LES SURGELÉS DU XXI^E SIÈCLE



Nestlé a ouvert un nouveau centre de recherche et développement dans l'Ohio, aux Etats-Unis. Entièrement consacré aux produits surgelés, il doit revitaliser un secteur en berne face à des consommateurs qui achètent toujours plus de produits frais. Aux Etats-Unis, le rayon surgelé est composé pour un tiers des produits du groupe veveysan. Les chercheurs de ce nouveau centre vont, par exemple, tenter de créer des pizzas dont la pâte reste tendre une fois dégelée ou des raviolis contenant plus de légumes.

✉ NESN

ASCOM SE LANCE DANS L'E-HEALTH

Le fournisseur zougnois de solutions technologiques Ascom met sur le marché un téléphone portable spécial destiné aux hôpitaux. Appelé Myco, il comprend des apps qui permettent au médecin de consulter à distance des données sur l'état du patient livrées par les machines auxquelles il est relié. Il avertit aussi le personnel de santé au moyen d'une alarme en cas de pépin et facilite la coordination des horaires des soignants. Quelque 500 Myco sont testés dans un hôpital aux Etats-Unis. Des établissements en Suisse rejoindront bientôt l'essai.

✉ ASCN

EMMI IMAGINE LA FONDUE À PETITES DOSES

La suppression du taux plancher entre l'euro et le franc suisse a obligé Emmi à augmenter ses prix à l'étranger. Cela a notamment eu un impact sur ses ventes de produits moyen de gamme. Les Français boudent, par exemple, son fromage Emmentaler, préférant se tourner vers des marques locales moins chères. Pour contrer cette tendance, le groupe lucernois envisage de lancer de nouveaux produits, comme une fondue qui peut se consommer à petites doses à l'heure de l'apéro. Il veut aussi renforcer son offre dans le domaine des alicaments.

✉ EMMN

SULZER SOUFFRE DE LA BAISSSE DU PRIX DU PÉTROLE



La baisse du prix du gaz et du pétrole a péjoré les résultats du fabricant de machines zurichoises Sulzer au premier semestre 2015. Le bénéfice net a diminué de 94,5% en rythme annuel, à 26,8 millions de francs. Plusieurs groupes pétroliers au Brésil, en Chine et aux Etats-Unis ont freiné leurs investissements. Cela a débouché sur le report de 114 millions de dollars de commandes, notamment dans le domaine des solutions de pompage dont les revenus ont chuté de 10,2%, pour atteindre 727 millions de francs. Dans cette division, 410 postes ont été supprimés à fin juillet. Le CEO de Sulzer, Klaus Stahlmann, a démissionné.

✉ SUN

CALIDA SUBIT LES TAUX DE CHANGE



Calida est frappé de plein fouet par les fluctuations des taux de change suite à la levée en janvier du taux plancher entre le franc suisse et l'euro. Son bénéfice net a chuté de près de 90% au premier semestre 2015 en rythme annuel, pour atteindre 700'000 francs. Son chiffre d'affaires, pour sa part, s'est établi à 168,1 millions de francs, en baisse de 14,8%. Les marques les plus touchées par un recul des recettes sont Lafuma Outdoor (-35%), Oxbow (-13,9%), Calida (-7,7%) et Aubade (-2%).

✉ CALN

JULIUS BAER PREND PIED AU MEXIQUE

Julius Baer va acquérir 40% du gestionnaire de fortune NSC Asesores, le plus grand cabinet en conseil financier indépendant du Mexique. La firme, fondée en 1989, compte 52 employés et 3 milliards de dollars dans ses coffres. Cette acquisition permettra à l'établissement zurichois de faire son entrée sur le deuxième plus important marché d'Amérique latine pour la gestion de fortune après le Brésil.

✉ BAER

ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

LE CONCURRENT CHINOIS D'UBER



SHEN BOHAN XINHUA NEWS AGENCY / NEWSCOM

Le service de taxis à la demande chinois Didi Kuaidi navigue de succès en succès. L'entreprise est née de la fusion de deux services, Didi Dache et Kuaidi Dache, qui se sont livrés une concurrence acharnée en 2013 et 2014. Elle vient de lever 2 milliards de dollars, tandis que ses réserves totales s'élèvent désormais à 3,5 milliards de dollars. Un capital qui devrait lui permettre de mieux lutter contre son concurrent Uber, qui a vu sa popularité exploser en Chine depuis l'introduction de subsides accordés aux conducteurs comme aux passagers. Didi Kuaidi veut s'aligner, en consacrant un milliard de yuans (environ 160 millions de dollars) à la mise sur pied d'un système de subventions. Il a également annoncé un partenariat stratégique avec Lyft, numéro 2 américain du secteur, et compte investir dans l'amélioration de son service et l'analyse des données récoltées sur ses clients.

DU CANNABIS AU NASDAQ

L'entreprise MassRoots vient d'annoncer vouloir faire son entrée au Nasdaq. La particularité de cette start-up basée à Denver ? Elle a développé un réseau social centré sur l'usage de la marijuana affichant actuellement plus de 500'000 utilisateurs. Une cotation en Bourse permettrait d'attirer de nouveaux investisseurs institutionnels et d'asseoir la légitimité croissante de l'industrie de la marijuana américaine.

WATSON MIS EN BOÎTE

IBM a conclu un partenariat avec le service de stockage en ligne Box. Le géant de l'informatique va mettre son super-ordinateur Watson au service des clients de la start-up californienne, qui compte plus de 37 millions d'utilisateurs. Un client de ce service conjoint pourra, par exemple, accéder à l'ensemble de ses données médicales en ligne. Celles-ci seront ensuite analysées par les logiciels d'IBM pour repérer et mettre en avant les informations les plus importantes.

IBM BOX

DEEZER ENTRE EN BOURSE

Spécialisé dans l'écoute de musique en ligne, Deezer vient d'annoncer vouloir faire son entrée en Bourse sur le marché d'Euronext à Paris. Fondée en 2007, la start-up française compte aujourd'hui 6 millions d'abonnés et 16 millions d'utilisateurs uniques par mois. Malgré la concurrence féroce de Spotify et d'Apple, qui a lancé son propre service de musique en ligne au mois de juin, Deezer affiche une santé éclatante. L'an dernier, l'entreprise a vu son chiffre d'affaires progresser de 53%, à 142 millions d'euros.

TÉLÉPHONER SANS OPÉRATEUR

Google cherche à révolutionner l'univers de la téléphonie mobile avec un nouveau service qui permet de passer des appels en contournant presque entièrement les opérateurs classiques. Intitulé Project Fi, il fonctionne en se connectant aux multiples réseaux wi-fi qui inondent désormais les villes. En cas d'absence d'accès wi-fi, le téléphone bascule sur les bornes des entreprises de télécommunication partenaires Sprint ou T-Mobile, sans que cela n'occasionne une rupture de la communication. Le service n'est pour l'heure disponible qu'aux Etats-Unis, avec le smartphone Nexus 6 de Google.

GOOGLE

SOTHEBY'S TISSE SA TOILE SUR LE WEB



CORY ARCANGEL, HILLARY/LAWES (2014) / TEAM GALLERY

La maison Sotheby's va organiser fin octobre sa première vente aux enchères en ligne. Elle s'associe pour cela à Artsy, une plateforme américaine qui met en contact les collectionneurs et les galeries. Cette dernière sera chargée de recueillir les offres via son site et son application pour smartphones. La vente privilégiera les artistes qui mettent les nouvelles technologies au cœur de leurs œuvres, à l'instar de Richard Prince, Cory Arcangel ou Jeff Elrod. Plus tôt en 2015, Sotheby's avait déjà conclu un partenariat avec eBay pour permettre aux 155 millions d'utilisateurs du portail d'accéder en temps réel à ses ventes sur internet. Les offres transmises en ligne ont crû de 55% au premier semestre, indique la maison d'origine britannique. **AMZN**

FAIRE SES ACHATS EN TWEETANT

Twitter a conclu un partenariat visant à implémenter la nouvelle solution de paiement de la start-up Stripe sur sa plateforme de micro-blogging. Baptisée «Stripe Relay», l'interface permet de conclure une transaction sans que l'utilisateur soit redirigé vers une autre page web. Une manière de simplifier le processus d'achat et de limiter les abandons de paniers des utilisateurs de smartphones ou de tablettes. Un marché au potentiel immense: d'après Stripe, le mobile représente aujourd'hui près de 60% du trafic internet, mais seulement 15% des achats. **TWTR**

LA START-UP QUI REPÈRE LES DÉVIANTS

La start-up britannique Darktrace met au point un logiciel destiné à aider les entreprises et les gouvernements à lutter contre le hacking et la cyberpiraterie. Son programme Enterprise Immune System apprend et anticipe les comportements de chaque appareil informatique et employé au sein d'une organisation afin de repérer la moindre anomalie. Ses clients se trouvent surtout aux États-Unis et en Asie. L'entreprise basée à Cambridge vient par ailleurs de lever 22,5 millions de dollars dans un nouveau tour de financement, ce qui la valorise désormais à plus de 100 millions de dollars. **BID**

AMAZON S'OFFRE UN EXPERT DES VIDÉOS EN LIGNE

L'essor de la télévision sur internet aiguise les appétits du groupe Amazon. Le géant américain de la vente online a annoncé l'acquisition d'Elemental Technologies, une société spécialisée dans les logiciels utilisés pour diffuser des vidéos en ligne, pour un montant non communiqué. Les technologies développées par Elemental sont déjà utilisées par plusieurs services de télévision sur internet. Elles sont compatibles avec les premiers d'entre eux proposant des images ultra haute définition 4K, y compris ceux offerts par la BBC britannique durant le Mondial de football l'année dernière. Avec cette acquisition, le groupe entend muscler les offres dématérialisées en ligne de sa branche cloud AWS. **AMZN**

UNE APP POUR LES GAMERS

Le site d'hébergement de vidéos YouTube a lancé une nouvelle app et un portail consacrés aux jeux vidéo. On peut y regarder des stars de la toile manier le joystick, des tutoriels ou des démonstrations de sous-genres, comme les «pacif runs» qui consistent à jouer à des jeux sans tuer ses ennemis virtuels. Le principal concurrent de ce nouveau service est Twitch, racheté l'an passé par le géant du e-commerce Amazon pour 970 millions de dollars. En début d'année, YouTube a également lancé une app appelée YouTube Kids, destinée aux enfants. **GOOGL**



«Vous avez compris ce qui est important, la jeunesse»

Le ministre du Travail des Etats-Unis, Thomas E. Perez, a salué le modèle suisse de formation professionnelle lors d'une visite à Berne. Les deux pays ont engagé l'an dernier une coopération renforcée dans ce domaine.



«Notre berline «Model 3» commencera à être produite dans environ deux ans»

Elon Musk, le fondateur et patron de Tesla, a confirmé via Twitter que le fabricant de véhicules électriques commercialiserait d'ici à deux ans une voiture coûtant environ la moitié du prix de ses modèles actuels. Le premier prix devrait être de 35'000 dollars.



«Le travail forcé n'a pas sa place dans notre chaîne de production»

Le président exécutif de Nestlé, Paul Bulcke, rejette les accusations de complicité d'esclavage portées contre le géant de l'agroalimentaire. En cause, le travail forcé chez des fournisseurs de fruits de mer en Thaïlande.



«Il n'y a pas de sécurité absolue dans la vie»

Le président exécutif d'UBS, Sergio Ermotti, n'est pas opposé à un relèvement des exigences de fonds propres pour les banques suisses. Mais gare au renchérissement du crédit, prévient-il dans «Finanz und Wirtschaft».



«La France subit une forme d'intimidation de l'Allemagne»

L'économiste Joseph Stiglitz, Prix Nobel et grand critique des politiques d'austérité, regrette dans un entretien à l'AFP que le gouvernement français n'ait «pas été capable de tenir tête à l'Allemagne» dans la réponse à la crise grecque.

Parce que votre santé est un bien précieux

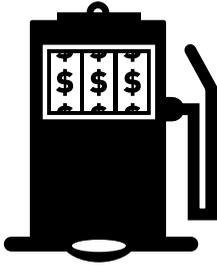


Pour être sûrs que nos assurés en division privée sont entre de bonnes mains, nous avons développé l'offre concordiaMed premium. Ce service personnalisé vous garantit un accès direct et illimité aux meilleurs soins médicaux dans le monde entier. Des spécialistes vous fournissent des conseils par téléphone 24 heures sur 24 et mettent rapidement en place une solution en cas d'urgence – où que vous vous trouviez.

Un traitement privilégié, des services hors pair, des conseils spécialisés par téléphone.

Pour en savoir plus sur concordiaMed premium, rendez-vous sur www.concordia.ch/premium.

10



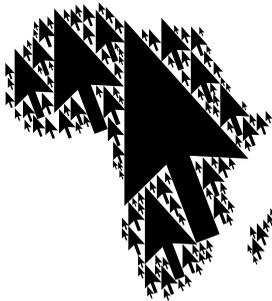
En dollars, la baisse de prix que pourrait connaître le baril de pétrole l'an prochain suite à la levée des sanctions économiques internationales contre l'Iran – important producteur d'or noir – après l'accord sur le nucléaire conclu avec les Etats-Unis, selon la Banque mondiale. L'institution s'attend en outre à une croissance de 5% pour l'Iran en 2016, contre 3% en 2015.

6100

Le nombre attendu de litiges relatifs aux brevets aux Etats-Unis en 2015, un record, selon Unified Patents, une organisation californienne qui protège ses membres contre les «patent trolls». Au premier semestre, Apple a été la firme la plus attaquée en justice aux Etats-Unis pour des questions de propriété intellectuelle, avec 35 poursuites, contre 33 pour Samsung et 32 pour HP.



+500%



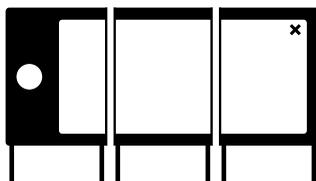
La hausse du nombre de requêtes effectuées via le moteur de recherche Google en Afrique en cinq ans, avec des différences surprenantes selon la langue. Les habitants des pays francophones montrent un intérêt marqué pour les jeux vidéo, tandis que les ressortissants d'Etats anglophones utilisent fréquemment Google pour chercher du travail ou regarder de la pornographie.

1,66



En dollar, le prix moyen d'une bouteille de bière de 33 cl – dans un bar ou au supermarché – à Cracovie, en Pologne, et à Kiev, la capitale de l'Ukraine, les deux villes où boire une mousse coûte le moins cher, selon le classement 2015 établi par le moteur de recherche touristique GoEuro. Bratislava, la capitale de la Slovaquie, complète le podium, avec une bouteille à 1,69 dollar.

+64,8%



La hausse des revenus générés par la publicité mobile dans le monde entre 2013 et 2014, à 31,9 milliards de dollars, selon un rapport récent de l'Interactive Advertising Bureau et de IHS Technology. L'Amérique du Nord détient la part de marché la plus importante, avec 44,9% du total, devant l'Asie-Pacifique (36,5%) et l'Europe (16,6%).

RANKING

LES 5 PLUS IMPORTANTES ENTREPRISES MINIÈRES EN FONCTION DE LEUR CHIFFRE D'AFFAIRES (MIAS \$)

1 GLENCORE	209
2 BHP BILLITON	69
3 RIO TINTO	45
4 CHINA SHENHUA ENERGY	40
5 VALE	33

Source: Statista, 2015

LES CINQ PLUS GRANDES CAPITALISATIONS BOURSIÈRES DU MONDE (AU 30 JUIN 2015, MIAS €)

1 APPLE (US)	647,9
2 GOOGLE (US)	324,0
3 MICROSOFT (US)	320,2
4 EXXONMOBIL (US)	311,9
5 BERKSHIRE HATHAWAY (US)	301,3

Source: €uro

LE TOP 5 DES CHÂÎNES FRANCHISÉES, EN FONCTION DE LEURS VENTES ANNUELLES (MIAS \$)

1 MCDONALD'S	89,1
2 7-ELEVEN	84,5
3 KFC	23,3
4 SUBWAY	18,8
5 BURGER KING	16,3

Source: Franchise Times, 2014



La vie est trop courte pour ne pas penser à long terme.

Une bonne gestion de fonds possède les qualités d'un éléphant. Notre action se fonde ainsi sur trois piliers: pondération, expérience et intuition. Voyez par vous-même: le fonds mixte de gestion d'actifs Ethna-AKTIV d'ETHENEA. ethenea.com



ETHENEA
managing the Ethna Funds

Pour obtenir des informations détaillées sur les opportunités et les risques, veuillez consulter le dernier prospectus en vigueur. Les informations contenues dans le prospectus, ainsi que dans les rapports semestriels et annuels actuels font foi. Les Informations Essentielles pour les Investisseurs, le prospectus et les rapports sont disponibles sans frais auprès de la société de gestion ETHENEA Independent Investors S. A., 16, rue Gabriel Lippmann, 5365 Munsbach, Luxembourg et auprès du représentant en Suisse IPConcept (Schweiz) AG, In Gassen 6, CH-8022 Zürich. L'agent payeur situé en Suisse est DZ PRIVATBANK (Schweiz) AG, Münsterhof 12, Postfach, CH-8022 Zürich.

GLOBE

LA PERSONNALITÉ

JOHN CRYAN

Le nettoyeur

Aussitôt nommé à la tête de Deutsche Bank, qu'il codirigera avec Jürgen Fitschen jusqu'en mai 2016, John Cryan a cherché à marquer la banque de son empreinte, mettant en œuvre des mesures de restructuration. Celles-ci devraient mener à l'économie de 3,5 milliards d'euros par an. Elles porteront sur la banque d'investissement et le marché des titres et des dérivés, qui seront sensiblement réduits. Plusieurs milliers de postes seront également supprimés.

Le Britannique espère ainsi redresser la banque, durement touchée par plusieurs affaires de manipulation des cours, qui lui ont notamment valu d'écopier d'une amende de 2,5 milliards de dollars aux Etats-Unis. John Cryan avait été nommé directeur financier chez UBS en 2008. Il s'est fait un nom en accompagnant la banque suisse durant la crise financière et y est resté jusqu'en 2011. Il a ensuite rejoint le fonds souverain singapourien Temasek, y officiant en tant que président pour l'Europe entre 2012 et 2014.



EN BREF

- ▲ Co-CEO de Deutsche Bank
- ▲ Né le 16 décembre 1960
- ▲ Britannique
- ▲ Rémunération annuelle estimée à 400'000 euros

L'ENTREPRISE

CELGENE



Spécialisé dans le traitement de cancers hématologiques (leucémies, lymphomes et myélome), le groupe américain Celgene s'est lancé dans une vague d'acquisitions depuis 2011, avec plus de 30 transactions au compteur. La dernière en date, pour 7,2 milliards de dollars, est le rachat du californien Receptos, qui développe un blockbuster potentiel contre la sclérose en plaques, l'Ozanimod. Cette opération suit un investissement de 1 milliard de dollars dans Juno Therapeutics plus tôt cette année. Considéré comme l'un des quatre géants américains de la biotech, Celgene possède un siège dans le canton de Neuchâtel.

✉ CELG

EN BREF

- ▲ Année de fondation: 1986
- ▲ CEO: Robert J. Hugin
- ▲ Chiffre d'affaires: 7,67 milliards de dollars (2014)
- ▲ Nombre d'employés: 6012

LE PAYS

VIETNAM



Le Vietnam se transforme en un véritable hub technologique. Plusieurs start-up y ont récemment vu le jour, comme Tiki, une sorte d'Amazon local, Tapy, une plateforme d'apps, ou Food, qui ressemble à Yelp. Certaines s'inspirent des particularismes locaux, à l'image de Digi-GPS qui permet de traquer sa moto à distance. D'autres sont des succès planétaires, comme le jeu Flappy Bird. Le gouvernement n'est pas en reste, puisqu'il a décidé d'investir 153 millions de dollars pour développer cette industrie dans le cadre d'un projet intitulé «Silicon Valley».

EN BREF

- ▲ PIB par habitant: 2053 dollars
- ▲ Croissance en 2014: 5,98%
- ▲ Principaux secteurs de l'économie: textile, cigarettes et tabac, fabrication de composants électroniques, produits chimiques

SECTEURS

HÔTELLERIE

Une chaîne d'hôtels à bas prix

Red Planet, ex-filiale d'AirAsia, vient de lancer sa propre chaîne d'hôtels bon marché. Elle comporte pour l'heure 24 établissements situés en Thaïlande, en Indonésie, aux Philippines et au Japon, principalement dans les grandes villes. Deux nouveaux hôtels verront le jour cette année encore à Tokyo et à Bangkok. L'entreprise vise en priorité une clientèle jeune, et propose à ce titre une vaste gamme de services en ligne, comme la réservation de chambres et un programme de loyauté qui permet d'obtenir une réduction de 10%. L'objectif à terme est de réaliser des synergies avec les destinations desservies par AirAsia, l'un des principaux transporteurs aériens à bas coût du continent asiatique.

Carlson Rezidor étend son empire

Le groupe hôtelier Carlson Rezidor prévoit d'ouvrir 15 nouveaux établissements dans les douze prochains mois. La plupart de ces projets sont situés dans les pays émergents. La marque «Radisson Blu» sera ainsi implantée au Congo et à l'île Maurice. Sa présence sera également étendue en Libye, en Arabie saoudite et en Turquie. La nouvelle enseigne «Radisson Red» sera, elle, introduite au Cap, en Afrique du Sud. Et six hôtels «Park Inn by Radisson» verront le jour à Istanbul, Dubaï, Tallin et dans les villes russes de Volgograd et Novosibirsk. Treizième groupe hôtelier mondial, Carlson Rezidor opère 172'234 chambres dans 1092 établissements sur le plan mondial. ✉ REZT

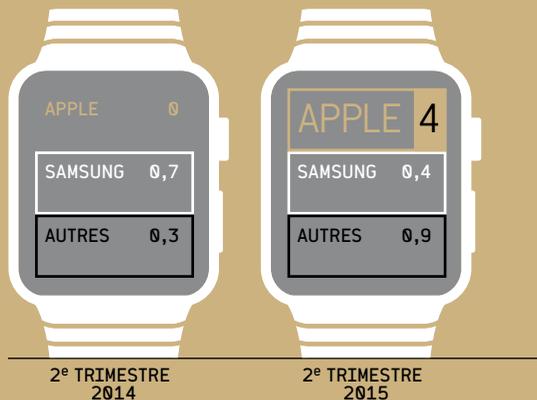
TECHNOLOGIE

Montres connectées: une croissance de plus de 457%

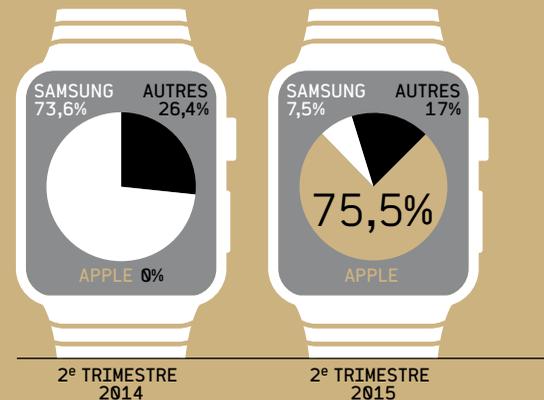
Le marché mondial des smartwatches a enregistré une croissance de plus de 457% au deuxième trimestre 2015 par rapport à la même période de l'année précédente, à 5,3 millions d'unités vendues, selon le cabinet de recherche américain Strategy Analytics. Une flambée qui doit beaucoup à Apple. Au deuxième trimestre, l'entreprise californienne a écoulé pas moins de 4 millions d'Apple Watch, sa montre connectée commercialisée depuis avril 2015. La multinationale dirigée par Tim Cook s'est accaparé plus de 75%

des parts de marché, écrasant son principal concurrent, le coréen Samsung. «Lancée dans 16 pays majeurs, l'Apple Watch a rencontré une adoption décente de la part des fidèles de l'iPhone aux Etats-Unis et ailleurs, a commenté Neil Mawston, directeur exécutif de Strategy Analytics, dans un communiqué. L'Apple Watch a clairement relevé la barre pour l'industrie mondiale des smartwatches. La balle est maintenant dans le camp des rivaux, comme Samsung, pour réagir.»

VENTES MONDIALES (EN MIOS D'UNITÉS)



PARTS DE MARCHÉ MONDIALES



SOURCE: STRATEGY ANALYTICS.



LA LÉGENDE A GRANDI

| LA NAVITIMER 46 mm

AURIS MEDICAL, LA BIOTECH QUI PREND SOIN DE VOS OREILLES

Un an après son entrée en Bourse, Auris Medical traverse une phase décisive de son développement: la biotech bâloise conduit les derniers tests de son médicament destiné à soulager les acouphènes. Un espoir pour des milliers de patients – et un marché très prometteur.

Par Jean-Christophe Piot

Lendemain de concert, retour de plongée... Qui n'a jamais souffert d'acouphènes, ces bourdonnements ou ces sifflements fantômes qui troublent l'audition? Chronique chez 10% de la population, le phénomène, toujours gênant, peut tourner au vrai handicap pour un quart des personnes atteintes: insomnies, angoisses... Pire: les médicaments capables de soulager efficacement les patients touchés sont rarissimes. «J'ai assez rapidement compris qu'il y avait là un besoin auquel les traitements disponibles répondaient mal», explique Thomas Meyer, CEO

d'Auris Medical. Une potentielle mine d'or que l'ancien CEO du fabricant de pompes à insuline Disetronic se décide à creuser il y a une douzaine d'années.

Exploitant d'anciens contacts pris avec des chercheurs français, Thomas Meyer crée Auris Medical en 2003 avec l'objectif de mettre au point une réponse thérapeutique adaptée: un traitement appliqué localement, pour réduire la quantité de produits actifs nécessaire. Le défi scientifique n'est pas mince: il faut développer les molécules nécessaires, trouver une

méthode pour les amener jusqu'aux cibles identifiées dans l'oreille interne...

Des premiers tests concluants permettent d'affiner les ambitions d'Auris Medical: baptisé AM-101, son produit se révèle efficace dans le traitement des acouphènes aigus (jusqu'à trois mois d'ancienneté) apparus à la suite d'un accident sonore ou d'une maladie. Parallèlement, la biotech développe avec ses partenaires académiques un second médicament, l'AM-111, dédié de son côté au traitement des pertes auditives. Un autre marché



AURIS MEDICAL

Dans ces seringues, le produit phare d'Auris Medical attend de pouvoir soulager les oreilles souffrantes...

«Qu'il faille compter une quinzaine d'années entre la naissance d'une biotech et la commercialisation de ses premiers produits n'a rien de surprenant.»

prometteur: les patients concernés sont souvent réticents aux appareillages classiques, jugés disgracieux ou gênants.

Comme toutes les biotechs, Auris Medical affronte deux contraintes majeures: des temps de développement conséquents et des besoins de financements massifs. «En matière de recherche

En chiffres

18

Le nombre de salariés de la biotech bâloise. Elle n'en comptait que 7 début 2013.

19,5%

La part du capital directement contrôlée par Thomas Meyer, CEO et actionnaire principal d'Auris Medical.

10'113'235

Le nombre d'actions émises au Nasdaq par Auris Medical en août 2014, à 6 dollars l'unité.

960

Le nombre de patients actuellement concernés pas les essais cliniques de l'AM-101.

Les étapes clés

Auris Medical s'est d'abord installée à Montpellier, près de son premier partenaire académique, un laboratoire de l'Institut national de la santé et de la recherche médicale. La start-up a quitté la France en 2008 pour s'installer à Bâle, attirée par un environnement financier, économique et industriel plus favorable. Après une première levée de fonds de

11 millions de francs en 2007, Auris Medical obtient 47 millions en 2013 auprès du capital-risqueur franco-américain Sofinnova. Son entrée au Nasdaq, en août 2014, amène 51 millions de dollars supplémentaires dans les caisses. De quoi poursuivre le développement de ses deux produits phares, l'AM-101 et l'AM-111.

pharmaceutique, les cycles de développement sont particulièrement longs», pointe Anne-Renée Leyvraz, en charge de la valorisation de technologies au sein de l'Université et du Centre hospitalier universitaire de Lausanne. «La mise au point des médicaments, les tests précliniques et les essais cliniques prennent du temps, surtout pour des produits destinés à l'homme.»

Contrôles réglementaires, régulations rigoureuses... Un cheminement impossible à raccourcir: «On ne fait pas

un bébé en un mois avec neuf femmes», sourit Jésus-Martin Garcia, de la fondation Ecllosion, un incubateur de start-up basé à Genève. «Qu'il faille compter une quinzaine d'années entre la naissance d'une biotech et la commercialisation de ses premiers produits n'a rien de surprenant.» Et avant même de pouvoir estimer une date de mise sur le marché, les besoins de financement d'une biotech progressent vite de façon exponentielle...

L'ENJEU DE L'INDÉPENDANCE

Des perspectives de rentabilité à long terme, des besoins de financements immédiats: l'équation n'est pas facile, et convaincre les investisseurs ne va pas de soi. «En Suisse, les business angels investissent peu dans les biotechs et préfèrent se tourner vers des secteurs au rendement plus immédiat», explique Anne-Renée Leyvraz (voir encadré).

Pourtant, et alors que la plupart des biotechs sont souvent contraintes de s'associer à de grands groupes pharmaceutiques, Thomas Meyer a pu conserver le plein contrôle de sa société. Devenu millionnaire après le rachat de Disetronic par Roche, l'entrepreneur a investi personnellement dans les premiers temps. Sa réputation lui a ensuite ouvert des portes et permis de réunir les financements nécessaires aux études cliniques successives. 11 millions de francs levés en 2007, 47 millions en 2013... Autant d'étapes déterminantes sur la longue route qui mène à l'homologation par

Un marché au développement spectaculaire

En 2014, 94 entreprises de biotechnologie américaines et européennes ont fait leur entrée en Bourse, battant un record qui datait de l'an 2000. Parmi elles, deux sociétés helvétiques seulement: la zurichoise Molecular Partners et Auris Medical. Et encore: la start-up bâloise a choisi de se tourner vers le Nasdaq plutôt que vers la Bourse suisse...

Le marché suisse bouderait-il le monde des biotechs? Il laisse en tout cas dubitatifs les plus prudents. «Alors que Zurich était l'un des marchés en pointe, le Swiss Exchange s'est fait doubler depuis trois ans par Euronext et les Bourses américaines, qui ont su prendre le virage des biotechs», constate Jésus Martin-Garcia, de l'incubateur Ecllosion. Regrettable pour un marché qui compte parmi les points forts de l'économie helvétique et qui semble promis à un développement spectaculaire dans les prochaines années. L'enjeu préoccupe les principaux chercheurs, scientifiques et entrepreneurs du secteur, qui soulignent que la conception d'un médicament nécessite plusieurs dizaines de millions d'euros d'investissement et une bonne dizaine d'années de développement avant de se révéler rentable.

Comment ne pas se faire distancer sur le plan de l'innovation? Au niveau fédéral, une proposition est déjà sur la table, portée par des élus et des figures reconnues comme Henri Meier, qui regrette la trop grande prudence des investisseurs en général et celle des caisses de pension en particulier. L'ancien directeur financier de Roche milite depuis des années pour que ces dernières s'engagent dans le financement des entreprises innovantes du domaine des sciences de la vie, fort d'un constat simple: «Aux Etats-Unis, les fonds de pension investissent 5% de leurs avoirs sur des pistes à long terme; en Suisse, 0,02%...»

D'où l'idée de créer un «fonds suisse pour l'avenir», sorte de véhicule commun capable d'orienter les investissements vers les PME les plus prometteuses tout en diluant les risques pris par chacune des 2500 caisses de pension du pays. De quoi initier un cercle vertueux capable d'attirer à son tour les investissements privés. Si les conditions de financement d'un tel fonds sont à discuter, son principe est sur la table du Conseil fédéral.

les autorités sanitaires, mais qui ne suffisent plus passé un certain stade: en phase III – la dernière – les essais cliniques coûtent de 30'000 à 50'000 francs par patient.

Thomas Meyer fait alors le choix de se tourner vers les marchés boursiers. En août 2014, Auris Medical entre au Nasdaq et propose 9'400'000 de ses actions au prix de

6 dollars. L'IPO rapporte 51 millions de dollars, pour une capitalisation estimée à 170 millions environ. Pourquoi le Nasdaq et pas Zurich? Question de pragmatisme pour le CEO: une société qui n'a pas encore de produits à mettre sur le marché peine à convaincre les investisseurs suisses et européens. «Aux Etats-Unis, 200 à 300 investisseurs institutionnels se

sont spécialisés dans le financement des jeunes biotech. En Europe, seules quelques sociétés comme HBM Healthcare Investments ou BB Biotech se risquent sur ce terrain.»

DERNIÈRE LIGNE DROITE

Quel bilan tire-t-il de cette opération avec le recul? «C'était la bonne décision», estime Thomas Meyer, qui explique que l'IPO lui a permis de financer une série d'étapes décisives. Quant à la baisse du cours de l'action, passé de 6 à 4,7 dollars, elle n'inquiète pas le dirigeant, confiant dans le potentiel de ses deux produits phares. «Le développement clinique prend souvent plus de temps que prévu.» Un épiphénomène pour

le CEO, convaincu que ses solutions thérapeutiques, une fois sur le marché, se révéleront vite rentables pour les investisseurs. De fait, l'AM-101 arrivera au terme de la phase III au deuxième trimestre 2016, laissant entrevoir une mise sur le marché en 2017. L'AM-111 entrera en phase III fin 2015 en Europe et au printemps 2016 aux Etats-Unis, pour des résultats cliniques attendus fin 2017 ou début 2018. La dernière ligne droite...

Le parcours d'Auris Medical est suivi avec attention dans le milieu des biotech suisses mais en tout état de cause, «d'autres sociétés devraient suivre ce chemin dans les mois qui viennent si

les marchés se maintiennent», estime Jésus-Martin Garcia, qui confirme qu'un succès peut prendre des dimensions spectaculaires. Et de citer le cas de Receptos, une biotech américaine spécialisée dans le traitement des scléroses en plaques. Valorisée autour de 190 millions de francs à son entrée en bourse fin 2013, la start-up a été rachetée en juillet dernier pour 6,9 milliards par Celgene, une entreprise pharmaceutique du New Jersey. Une success story qu'Auris Medical espère bien connaître. ▲

■ EARS



L'impression mobile, c'est tout simple.



Touchez un Cashback de CHF 150.- pour l'achat d'imprimantes HP LaserJet sélectionnées.

CHF 150.- Cashback



HP Color LaserJet Pro MFP M476

Achetez maintenant: www.laserjet-cashback.ch/darest

Demandez votre Cashback sur: hp.com/ch/fr/cashback

Commandez également des cartouches de toner d'origine HP.

Darest Informatik SA
Route des Acacias 47
1211 Genève 26
Tél. 022 827 45 45
info@darest.ch
www.darestshop.ch



L'offre est valable du 01.09.2015 au 31.10.2015.

© 2015 Hewlett-Packard Development Company, L.P. Les informations dans ce document peuvent être modifiées en tout temps sans préavis. S remboursements par client. Non cumulable avec d'autres promotions.

ANALYSES

ET CONSEILS POUR INVESTISSEURS

«Le vice peut être un très bon investissement sur le long terme»

Alcool, tabac, jeux d'argent... En Bourse, le vice rapporte autant que la vertu, sinon plus. Explications de David Kathman, analyste chez Morningstar.

Par Julien Calligaro

Si l'on en croit l'essor des fonds d'investissement écologiques, le nouvel indice des «valeurs catholiques» lancé par Standard & Poor's ou encore la progression de l'Ave Maria Mutual Funds, un fonds ne s'intéressant qu'aux entreprises qui n'enfreignent pas les principes de l'Eglise catholique, l'heure est aux investissements «socialement responsables». Pourtant, le fonds d'investissement américain Barrier, tout sauf «socialement responsable», affiche lui aussi une belle santé. Créé en 2002, l'ex-Vice Fund gère aujourd'hui 226 millions de dollars d'actifs, investis dans les secteurs des spiritueux, du tabac, des jeux d'argent ou encore de l'armement.

SWISSQUOTE MAGAZINE ►

Le vice semble être un placement financier attrayant. Pourquoi?

DAVID KATHMAN ► Il existe et existera toujours de la demande pour ce type de choses, c'est la nature humaine. Sur le long terme, les «titres du vice», tels que l'alcool, le tabac, les jeux d'argent ou encore l'armement, peuvent

être de très bons investissements. Mais à brève échéance, ces titres ne s'en sortent pas si bien: le fonds Barrier a été moins performant que l'indice boursier S&P 500 (basé sur 500 grandes firmes américaines cotées, ndr) en 2008 et 2009, et à nouveau en 2014. On peut néanmoins dire qu'il se porte à merveille depuis sa création.

Le fonds Barrier enregistre une progression de 7,64% sur dix ans, contre 5,11% pour son opposé parfait, l'Ave Maria Mutual Funds. Le vice rapporte-t-il plus que la vertu?

Il serait aguichant de dire qu'un portfolio de «titres du vice» est plus intéressant qu'un fonds basé sur des principes religieux, comme celui de l'Ave Maria Mutual Funds, mais je suis réticent à l'affirmer de manière catégorique. Beaucoup d'études académiques ont été menées sur les fonds d'investissement socialement responsables et les résultats montrent qu'ils peuvent aussi bien surperformer que sous-performer le marché à court terme.

Quelles ont été les performances du fonds Barrier au premier semestre 2015?

Au premier semestre 2015, le fonds Barrier a reculé de 0,68%, pour se placer au 84^e centile de la catégorie «grandes entreprises» de Morningstar. En d'autres termes, le fonds a fait pire que 84% de tous les fonds présents dans cette catégorie.

Quel potentiel futur pour le vice?

En ce qui concerne le fonds d'investissement Barrier, je ne pense pas qu'il faille s'attendre à un fort développement, à moins que sa communication ne s'améliore. Pour ce qui est des «titres du vice» en général, je m'attends à ce qu'ils se portent plutôt bien au fil du temps, même s'ils peuvent être freinés par les connotations négatives qui leur sont associées, ainsi que par l'augmentation du nombre d'investisseurs socialement responsables.



David Kathman
Analyste senior
Morningstar
Chicago

Le triumvirat qui se dispute la couronne de la joaillerie

Les marques Cartier, Tiffany et Bulgari règnent sur le marché des bijoux. A la tête de ces maisons prestigieuses, trois anciens collègues de Procter & Gamble, passés de la lessive aux produits de luxe.

Par Catherine Cochard



C'est l'histoire de trois amis qui vendaient de la lessive ensemble à Paris et qui, trente ans plus tard, se retrouvent à la tête des plus grandes entreprises de haute joaillerie. Trois copains qui ont exercé leurs talents de marketing pour la multinationale Procter & Gamble avant de se séparer et de poursuivre, chacun de son côté, des carrières qui les ont menés au sommet de l'industrie du luxe. Aujourd'hui, ces mousquetaires se font concurrence depuis Paris, New York et Rome. Le premier dirige Cartier, le deuxième Tiffany et le troisième Bulgari. Ils sont restés amis, même s'ils ne se voient plus aussi souvent que par le passé. Ils ne s'intéressent plus aux détergents vendus en supermarché mais aux pierres les plus précieuses et aux rivières de diamants.

Le premier, Stanislas de Quercize, dirigeait à l'époque le département de Procter & Gamble où travaillaient deux jeunes professionnels particulièrement talentueux: Frédéric Cumenal et Jean-Christophe Babin. Il ne se doutait pas que, trente ans plus tard, ces deux-là lui feraient concurrence dans un secteur de haute distinction. «Stan», comme ils l'appelaient, était leur chef. Et d'une certaine manière il l'est resté puisqu'il dirige aujourd'hui Cartier, géant incontesté de la joaillerie. «Stan, c'est l'archétype de l'aristocratie et du classicisme français, dit Jean-Christophe Babin, joint à Rome par Swissquote Magazine. Une marque comme Cartier lui va comme un gant. Frédéric

Cumenal et moi avons une culture plus anglo-saxonne, nous venons de familles plus modestes et moins attachées aux valeurs statutaires. Probablement que nous avons tous les trois des compétences professionnelles quasi identiques, mais je pense que nous sommes chacun à la tête de la marque qui, du point de vue de notre ADN, nous correspond le mieux.»

resté très proche de Frédéric Cumenal, qui dirige aujourd'hui le géant américain de la bijouterie Tiffany. «En 1987, il était mon témoin lors de mon premier mariage, confie-t-il. Il est aussi devenu le chef de ma deuxième épouse. Nous sommes restés intimes.» Fréquemment, les deux hommes se retrouvent près d'Arcachon, dans le sud-ouest de la France, où

Les anciens collègues sont devenus des rivaux. Même si les relations sont cordiales, à les entendre

L'ADN de Jean-Christophe Babin le prédestinait-il à s'installer à Rome pour diriger Bulgari? Ce Franco-Italien a d'abord suivi des hautes études commerciales avant d'entreprendre des voyages sac à dos autour du monde, puis un service militaire dans la marine française. Il rejoint les bureaux parisiens de Procter & Gamble en 1983. «C'était ma première expérience de travail sérieuse, raconte-t-il. Je suis entré à la direction du marketing en tant que chef de marque et c'est ainsi que j'ai été amené à travailler avec Stan sur la marque de lessive Dash. Puis en 1987, j'ai rencontré Frédéric Cumenal. Lui et moi travaillions alors pour des marques différentes, mais nous nous retrouvions souvent sur des projets communs, avec des responsabilités semblables.» Jean-Christophe Babin est

ils possèdent tous les deux une maison. «Nous aimons les bons vins, alors nous discutons principalement d'œnologie et de voyages, plus rarement de nos activités professionnelles.»

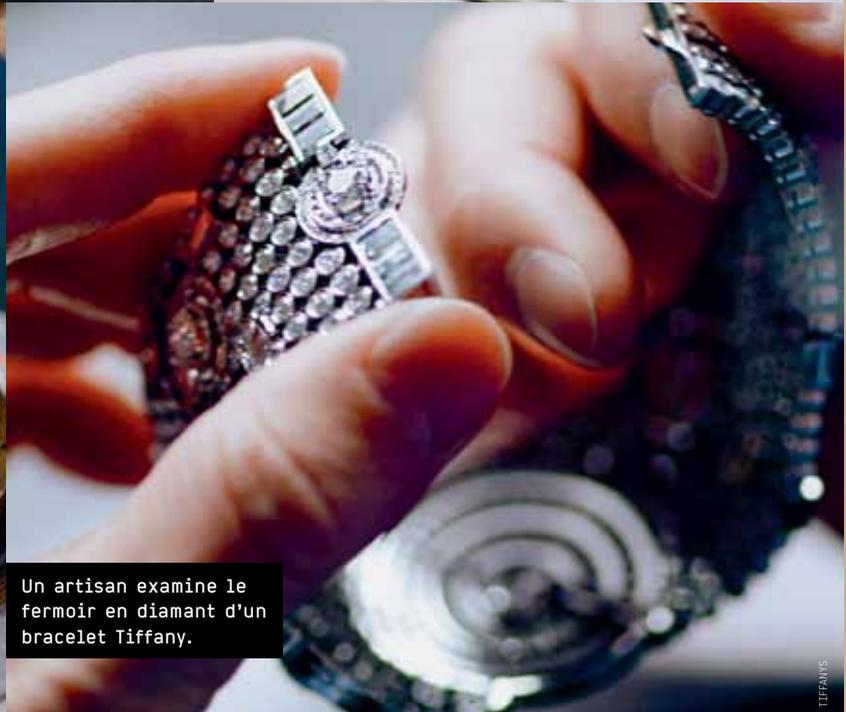
Les relations de Jean-Christophe Babin avec «Stan» sont également restées cordiales. «Nous nous sommes régulièrement croisés, notamment lors du Grand Prix de l'Horlogerie de Genève, lorsque j'étais chez TAG Heuer et lui chez Van Cleef & Arpels. Quand j'ai commencé chez Bulgari, je l'ai appelé pour lui annoncer la nouvelle. Une manière de mettre en place un bon rapport de concurrence, basé sur l'estime mutuelle que nous avons l'un pour l'autre.» Un contact direct qui offrirait une opportunité de médiation et permettrait de désamorcer plus simplement que devant



Dans les ateliers de Bulgari, la fabrication de mouvements tourne à plein régime.



Francesca Amfiteatrof, directrice du design de Tiffany, compare des esquisses de bijoux à des moulages en cire.



Un artisan examine le fermoir en diamant d'un bracelet Tiffany.

des avocats d'éventuels cas de concurrence déloyale, par exemple.

C'est que le secteur de la joaillerie a bien changé depuis les années 1980. «Etre

un bon connaisseur de pierres ou de bijoux ne suffit plus: il faut s'entourer de planificateurs stratégiques, d'experts en gestion de la relation client, de professionnels du «store planning & design»,

sans oublier de spécialistes des réseaux sociaux, de la communication ou de la stratégie numérique», déclare François Curiel, président de Christie's Asia et spécialiste de la joaillerie. Au niveau

Cartier

Fondateur: Louis-François Cartier
Année de création: 1847
Siège: Paris
Nombre d'employés: 4700

C'est en 1899 que la maison Cartier s'installe au numéro 13 de la rue de la Paix, à Paris, qui demeure encore aujourd'hui son adresse phare. La marque est réputée pour ses nombreuses créations portées par les têtes couronnées et les célébrités, notamment les bijoux exceptionnels d'Elizabeth Taylor. Demeurée sous contrôle familial jusqu'en 1964, Cartier est désormais une filiale en propriété exclusive de Richemont.

 CFR



CHRISTOPHER REYNOLDS

Stanislas de Quercize

CEO de Cartier

Stanislas de Quercize entame son parcours professionnel comme chef de produit au sein de la filiale française de la multinationale américaine spécialisée dans les biens de consommation courante Procter & Gamble. Il rejoint ensuite le groupe Richemont en 1989, où il officie d'abord en tant que directeur général d'Alfred Dunhill et de Montblanc en France. Après des passages aux Etats-Unis et en Angleterre, il assume dès 1999 les fonctions de directeur général de Cartier France. Il succède à Bernard Fornas à la tête de Cartier International en janvier 2013. Stanislas de Quercize réside à Paris avec sa femme et ses trois enfants.

Tiffany & Co.

Fondateurs: Charles Lewis Tiffany et John B. Young
Année de création: 1837
Siège: New York
Nombre d'employés: 12'000

L'entreprise américaine se spécialise dans la bijouterie en 1887, après que Charles Lewis Tiffany eut racheté les bijoux de la Couronne française. Depuis 1940, le magasin principal de la marque se trouve sur la Cinquième Avenue à Manhattan. Lieu devenu mythique depuis son apparition dans le film «Breakfast at Tiffany's» avec Audrey Hepburn, l'adresse est très prisée des touristes comme des amoureux sur le point de se marier.

 TIF



CHRISTOPHER REYNOLDS

Frédéric Cumenal

CEO de Tiffany & Co.

Après avoir travaillé dans les départements de marketing et management de sociétés telles que Procter & Gamble, le géant agroalimentaire Ferruzzi ou encore Mars, Frédéric Cumenal rejoint le groupe LVMH en 1995. Il y occupe plusieurs postes à responsabilité, notamment celui de président et directeur des champagnes Moët & Chandon. En 2011, il rejoint Tiffany en tant que vice-président exécutif. Deux ans plus tard, il est nommé au conseil d'administration et à la présidence du groupe Tiffany & Co.

Bulgari

Fondateur: Sotirios Voulgaris
Année de création: 1884
Siège: Rome
Nombre d'employés: 4000

Le logo de cette marque de luxe italienne s'orthographe BVLGARI en référence au nom du fondateur... grec de la société. Bien que Bulgari soit connue pour sa joaillerie, l'entreprise est également active dans les montres, les parfums, les accessoires et l'hôtellerie. Le réseau de distribution de Bulgari comporte aujourd'hui près de 300 boutiques à travers le monde. La plus grande (940 m² de surface) se trouve dans la «Bulgari Ginza Tower» à Tokyo.

 MC



CHRISTOPHER REYNOLDS

Jean-Christophe Babin

CEO de Bulgari

Ce Franco-Italien, marié et père de cinq enfants, a commencé sa carrière chez Procter & Gamble avant de rejoindre la société Boston Consulting Group, où il a notamment conseillé des entreprises actives dans les secteurs du luxe et des télécoms. De 1994 à 1998, il œuvre au sein du groupe allemand de produits de grande consommation Henkel (Persil, Schwarzkopf) en tant que responsable de la filiale italienne, puis comme vice-président à Düsseldorf. A la tête de Bulgari depuis juin 2013, Jean-Christophe Babin vit entre Rome et Préverenges, dans le canton de Vaud, en Suisse.

mondial, le secteur a fait l'objet d'une vaste consolidation. «A l'exception de Laurence Graff, plus un seul grand joaillier n'appartient à un groupe familial, observe-t-il. Bulgari est la dernière maison qui soit passée, en 2011, dans le giron de LVMH. Cette consolidation montre que, désormais, seul un grand groupe peut gérer une société de joaillerie internationale.»

Les géants du luxe multiplient les points de vente, pour maîtriser tous les aspects de la distribution. «Aujourd'hui, la marque Cartier est implantée dans le monde entier avec un réseau

par les trois anciens mousquetaires de Procter & Gamble. L'estime mutuelle qu'ils se portent concourt peut-être à ce que la compétition entre leurs marques reste sportive. Mais là n'est sûrement pas la seule raison de l'esprit relativement cordial qui règne dans le segment joaillier. «Le but de Bulgari n'est pas tant de prendre des parts de marché à Cartier, que tout simplement d'augmenter son périmètre, explique Jean-Christophe Babin. Les grandes marques globales détiennent à peine plus de 20% du secteur. Il reste un espace considérable à conquérir!»

Certains observateurs prévoient que les dix plus grandes maisons de joaillerie auront doublé leur part de marché dans cinq ans, principalement grâce à l'acquisition d'acteurs locaux.»

Parmi les facteurs qui peuvent expliquer en partie cette hausse: la demande mondiale en gemmes et diamants, qui augmente elle aussi. «Les pierres précieuses sont toujours plus souvent considérées comme des investissements», explique Elke Berr, gemmologue et fondatrice de la société de négoce et conseil Berr & Partners SA à Genève.

Le secteur de la joaillerie offre encore d'importantes parts de marché à gagner

de 200 boutiques, alors que pendant longtemps, ses enseignes se limitaient à Cannes, Genève, Londres, Los Angeles, Monaco, New York et, en saison, Palm Beach, en Floride.»

La manière de travailler de la haute joaillerie a également évolué. «Les nouvelles collections sortent maintenant annuellement, comme dans la couture. Jusque dans les années 1980, les grandes maisons créaient des bijoux en fonction des pierres qu'elles avaient pu acquérir sur le marché ou en fonction du rythme de production des ateliers.» Cette évolution du secteur a été accompagnée

«Si l'horlogerie stagne un peu, la joaillerie continue de progresser, résume Eléonor Picciotto, créatrice de The Eye of Jewelry, une plateforme web dédiée à l'actualité de l'industrie. C'est un secteur très atomisé qui compte de nombreux acteurs mais qui offre encore d'importantes parts de marché à gagner.» Sa croissance serait aujourd'hui égale à deux fois celle du secteur horloger. «Les ventes mondiales, de l'ordre de 148 milliards d'euros, devraient progresser au rythme de 5 à 6% chaque année pour atteindre 250 milliards d'euros d'ici à 2020, indique Linda Dauriz du cabinet de conseil McKinsey.

Comme les «SWAG» – l'argent (silver), les vins (wine), l'art et l'or (gold) – il s'agit de placements alternatifs vers lesquels se tournent les personnes refroidies par le cours capricieux des actions. «Si de surcroît, les pierres sont montées sur un bijou qui porte la signature d'une grande marque, la valeur augmente encore. Sans oublier que les pièces joaillières constituent un patrimoine qui se transmet de génération en génération.»

Ces projections optimistes arrivent à point nommé pour les groupes du luxe qui possèdent des marques actives dans la joaillerie. Tandis que le ralentissement de la consommation chinoise se fait déjà sentir au niveau des ventes horlogères, les bijoux offrent un puissant relais de croissance à l'industrie. ▲

eBay VS PayPal: duel au sommet

Les deux géants américains d'internet tracent désormais chacun leur route respective. Le point sur leur positionnement et leurs perspectives d'avenir.

Par William Türlér

A l'image de la multinationale du courtage sur internet eBay, qui s'est séparée cette année du service de paiement en ligne PayPal, de plus en plus de groupes souhaitent mieux différencier leurs activités. Objectif: répartir les risques, mais aussi répondre aux attentes de transparence toujours plus grandes du public et des investisseurs. Des attentes que Google,

pour sa part, a cherché à combler récemment en regroupant ses activités au sein du conglomérat Alphabet. eBay est néanmoins allé plus loin en se séparant entièrement de son ancienne filiale, acquise en 2002 pour 1,5 milliard de dollars. La situation d'eBay et de PayPal s'avère aujourd'hui très distincte, avec un net avantage pour la seconde. Explications.

eBay

Année de fondation: 1995
CEO: Devin Wenig
Chiffre d'affaires (2015):
8,6 milliards de dollars
(estimation de Credit Suisse)
Nombre d'employés: 20'000

PayPal

Année de fondation: 1998
CEO: Dan Schulman
Chiffre d'affaires (2015):
9,2 milliards de dollars
(estimation de Credit Suisse)
Nombre d'employés: 15'000

FORCE

Pour Uwe Neumann, analyste spécialisé en technologie chez Credit Suisse, le principal point fort d'eBay est que la société continue de générer plus de 2,2 milliards de dollars de cash-flow disponible (liquidités). Une somme qui peut servir à racheter des actions ou à verser des dividendes.

FAIBLESSE

«eBay ne peut plus être considérée comme une société de vente en ligne à fort potentiel de croissance, souligne Uwe Neumann. Celle-ci se situe aujourd'hui à environ 4%, soit une croissance comparable à celle d'acteurs traditionnels de la distribution tels que Walmart.» En comparaison, il relève que les sociétés d'e-commerce les plus performantes, comme Amazon, Vipshop, Mercadolibre, JD.com ou Alibaba, enregistrent des taux de croissance moyens de l'ordre de 16%.

Autre problème de taille pour la firme: elle n'enregistre plus de croissance significative de ses utilisateurs depuis bientôt deux ans, ceux-ci demeurant stables à environ 157 millions d'acheteurs actifs. La difficulté est la même en ce qui concerne le volume de marchandises vendues.

Plusieurs tendances structurelles ne seront pas favorables à eBay dans les années à venir. L'analyste pointe d'abord l'importance croissante de l'internet mobile, un domaine où la compagnie californienne ne brille pas par son innovation, notamment en ce qui concerne la création de nouvelles applications. D'autre part, l'émergence progressive d'une économie du partage – les gens tendent de plus en plus à partager des objets plutôt qu'à les acheter – peut également avoir un impact négatif sur la compagnie à long terme. A cela s'ajoute un environnement

L'AVIS DE L'ANALYSTE

«Les risques de pertes de parts de marché sont grands pour eBay, souligne **UWE NEUMANN**. Cette entreprise a un long chemin devant elle et va devoir beaucoup investir en termes d'innovation. Elle doit rendre sa plateforme plus conviviale et créer des applications de paiement mobile plus innovantes.»

 EBAY



international de plus en plus compétitif avec l'arrivée de nouveaux acteurs très agressifs, à l'image du groupe chinois Alibaba qui ne cesse de prendre des parts de marché à eBay.

FORCE

Les affaires de PayPal – qui compte actuellement 169 millions de clients actifs – sont au beau fixe, avec une croissance atteignant 16% cette année. La société tient donc sans rougir la comparaison avec les sociétés d'e-commerce les plus performantes. «PayPal est leader dans le paiement mobile, un secteur enregistrant une croissance extrêmement forte», souligne Uwe Neumann, analyste spécialisé en technologie chez Credit Suisse. Selon lui, le principal risque pour l'entreprise serait que des groupes comme Facebook ou Apple s'attaquent eux aussi dans les prochaines années au paiement mobile en court-circuitant les firmes de cartes de crédit telles que Visa ou Mastercard et en mettant en place leur propre système peer-to-peer. Mais pour l'heure, la société profite encore d'un marché extrêmement fragmenté. Ses perspectives de croissance demeurent par conséquent

excellentes pour les trois à cinq années à venir. Autre point fort: le rapport entre la capitalisation et les bénéfices est d'un multiple de 27 pour PayPal, contre 13 seulement pour eBay.

Pour sa part, la société de conseil en techniques avancées Gartner pointe les diverses acquisitions récentes d'entreprises spécialisées comme Braintree, Paydiant et Cyactive, qui ne font que renforcer l'expertise de PayPal en matière de paiement en ligne.

FAIBLESSE

«La principale faiblesse de PayPal se situe dans sa dépendance vis-à-vis des sociétés de cartes de crédit», souligne Uwe Neumann. L'analyste estime cependant que le risque de voir apparaître à court terme une nouvelle technologie capable de rivaliser avec PayPal reste minime.

L'AVIS DE L'ANALYSTE

«PayPal dispose encore de la plus importante part de marché dans son secteur, remarque **UWE NEUMANN**. Sa technologie est par ailleurs très difficile à copier et cette dernière est très bien connectée aux systèmes des grandes sociétés de cartes de crédit comme Visa ou Mastercard.» Bref, la croissance de la firme californienne est saine et repose sur de bonnes bases. Elle doit certes compter avec le risque de l'irruption d'un nouvel acteur innovant. PayPal suit néanmoins la bonne voie en termes d'innovation, grâce notamment au

lancement régulier de nouveaux types de paiements mobiles.

 PYPL





SILVER ECONOMY

Le marché des baby-boomers

35. Les seniors en chiffres

36. Interview de Florian Kohlbacher

42. Des cheveux argentés qui valent de l'or

46. Les implants dentaires sourient à la Suisse

49. La retraite au soleil

53. Les seniors ont la bougeotte

56. Dix conseils pour une retraite dorée



RUÉE VERS L'OR GRIS

Les seniors jouent un rôle de plus en plus important dans l'économie. Pourtant, beaucoup reste à faire pour répondre à leurs attentes.

Par Erik Freudenreich

A 85 ans, Clint Eastwood continue d'occuper le podium du box-office mondial: son film «American Sniper» a battu plusieurs records et engrangé plus de 500 millions de dollars depuis sa sortie en début d'année. Sur les écrans de télévision, c'est dame Helen Mirren, 70 ans, qui joue les égéries pour les cosmétiques de l'Oréal. Quant aux inusables Rolling Stones de Mick Jagger (72 ans), ils viennent d'annoncer une nouvelle tournée mondiale pour 2016.

Dans le monde de l'art ou de l'entrepreneuriat, les vieux restent décidément à la page. Autant de «modèles» pour cette nouvelle génération de seniors, qui arrivent à la retraite avec de l'énergie à revendre et les poches souvent bien garnies.

Le mouvement n'est pas près de s'arrêter, si l'on en croit les prévisions démographiques. Dans moins d'un quart de siècle, notre planète comptera 89 «économies âgées», soit les pays dans lesquels la consommation des personnes âgées dépasse celle des jeunes, selon le Fonds des Nations unies pour la population.

Aujourd'hui déjà, les personnes âgées de 65 ans et plus pèsent lourd dans les économies développées. Santé, maintien à domicile ou habitat font partie des secteurs gagnants de la «silver economy» (p. 42). Mais paradoxalement, les entreprises commencent seulement à prendre conscience des enjeux liés à ces consommateurs, comme l'explique le professeur Florian Kohlbacher dans l'interview

qui introduit ce dossier (p. 36). Ainsi, si plus des trois quarts des personnes âgées de 55 ans et plus effectuent des achats en ligne au moins une fois par mois, seul un site de e-commerce sur cinq s'adresserait explicitement à cette clientèle.

Alors qu'elle était il y a peu encore synonyme de mauvaise santé, la retraite représente désormais, aussi, un moment privilégié pour se divertir ou partir à la découverte du monde. Certains décident même de s'établir à l'étranger pour de bon, par choix ou nécessité (p. 49). De plus en plus nombreux aussi sont ceux qui pratiquent le sport. Gymnastique, marche et ski de fond ont la cote, mais aussi parapente ou saut à l'élastique pour les plus téméraires (p. 53).

Enfin, comme il n'y a pas d'âge pour planifier ses vieux jours, nous avons fait appel à différents experts du monde immobilier ou de la finance pour donner leurs conseils en la matière (p. 56). Après tout, ne dit-on pas que le temps, c'est de l'argent? ▲

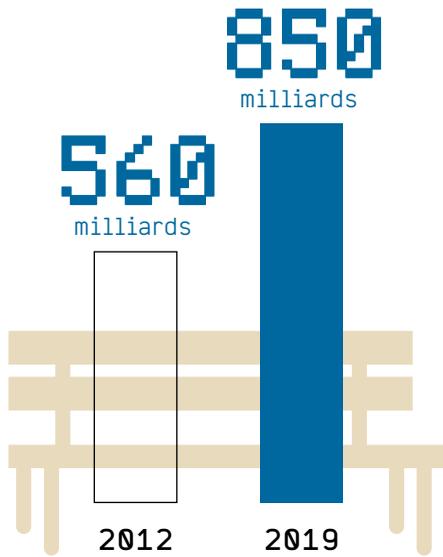
SWISSQUOTE THEMES TRADING

La nouvelle plateforme Themes Trading de Swissquote propose des idées d'investissement basées sur les thèmes et les tendances de société. Retrouvez les détails concernant cet outil et les entreprises mentionnées dans ce dossier en page 60 de ce numéro.

LES SENIORS EN CHIFFRES

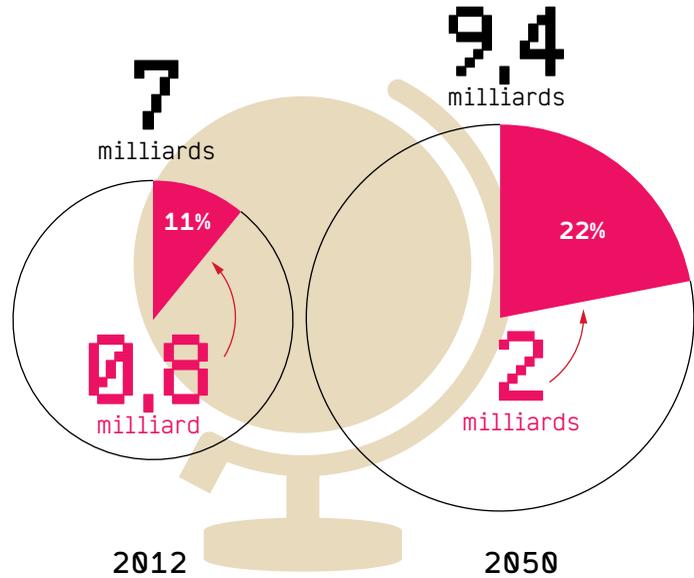
Marché

Le marché mondial des soins gériatriques (en dollars)



Vieillesse

Le nombre de personnes âgées de 60 ans et plus dans le monde



Pays

Les pays avec les plus hauts taux de personnes âgées

Japon

26%

Allemagne
Italie

21%

Bulgarie
Finlande
Grèce
Suède

20%

Croatie
Lettonie
Portugal

19%

Chiffres

51%

La proportion de personnes âgées de 65 ans et plus qui considèrent que la publicité ne reflète pas les attentes des seniors.

5,3

En millions, le nombre de personnes âgées de 65 ans et plus dans le monde disposant d'un revenu annuel brut de plus de 150'000 dollars.

«Les seniors ne souhaitent pas être traités en tant que tels par les entreprises»

Le vieillissement de la population fait naître des comportements de consommation inédits et favorise l'essor de nouveaux marchés. Explications de Florian Kohlbacher, auteur d'un ouvrage de référence sur le sujet.

Par Robert Gloy

Au Japon, les personnes âgées cumulent déjà plus de la moitié du revenu net. Avec le départ à la retraite de la génération du baby-boom dans les pays occidentaux industrialisés, l'Europe peut s'attendre à un phénomène comparable. Une évolution qui ouvre de nouvelles perspectives pour les entreprises, selon Florian Kohlbacher, professeur de marketing et d'innovation à l'Ecole de commerce international de Suzhou, en Chine. Reste que les entreprises ont encore des difficultés à considérer les seniors comme un segment cible.

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶

A quel âge devient-on senior?

FLORIAN KOHLBACHER ▶ Dans le secteur de la recherche, le terme «senior» est pris au sens large: il est défini

«Les quinquagénaires s'identifient à des gens plus jeunes de dix ans en moyenne»

comme la population âgée de 50 ans ou plus. L'Organisation mondiale de la santé (OMS), quant à elle, fait commencer la séniorité à partir de 65 ans. En marketing, on définit les groupes cibles très précisément: on distingue les «+ de 55 ans», les «+ de 65 ans» et les «+ de 75 ans». Cependant, j'explique souvent aux entreprises que cette segmentation par tranches d'âge n'est généralement pas représentative. Pour mieux coller à la réalité, il faudrait privilégier des critères de personnalité.

Comment décririez-vous les habitudes de consommation des seniors?

Il est difficile d'évaluer de manière générale le comportement de consommation des seniors car il ne s'agit pas d'un groupe homogène. Tant que la santé ne se dégrade pas, les gens ne se sentent pas «vieux» et ne se différencient pas nécessairement des plus jeunes dans leurs habitudes de consommation. Il existe des critères de différenciation plus poussés comme le contexte social, ainsi que la question de savoir si la personne est active et sort souvent de chez elle pour rencontrer des gens. De plus, certains seniors ne partent pas à la retraite et continuent d'exercer une activité professionnelle jusqu'à un âge avancé.



ZARAFIA ZUNIAL

«Il est étonnant que malgré le vieillissement de la population, seul un petit nombre d'entreprises se concentrent sur le marché des seniors», remarque Florian Kohlbacher.



Le troisième lundi de septembre, les Japonais célèbrent le «Jour des personnes âgées», ici dans le quartier de Sugamo à Tokyo en 2014.

YUYA SHINO / REUTERS

«Le Japon peut servir d'exemple aux autres pays industrialisés»

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶ Quels sont les pays les plus touchés par le vieillissement de leur population?

FLORIAN KOHLBACHER ▶ En principe, toutes les grandes économies sont touchées par le phénomène. Le Japon et la Corée du Sud ont un peu d'avance en la matière, suivis par l'Allemagne, la Russie et l'Italie. Les Etats-Unis et la France constituent des exceptions, respectivement grâce à une importante immigration et à une forte natalité. La Chine, avec sa politique de l'enfant unique, est un cas à part, son changement démographique n'ayant pas une cause naturelle.

Vous avez longtemps étudié le vieillissement de la population au Japon. Quelles leçons les autres pays peuvent-ils tirer de l'expérience japonaise?

Le Japon peut servir d'exemple aux autres pays industrialisés dans la mesure où il représente un excellent marché-test pour les produits et services destinés aux seniors. Le Japon est un précurseur dans le domaine des soins médicaux avec ses robots infirmiers, tel le modèle Paro, qui est utilisé dans le traitement de certains cas de démence.

Depuis 2014, vous étudiez ce sujet à l'Ecole de commerce international de Suzhou. Quelle est la situation en Chine?

La Chine est un cas particulier: le changement démographique, qui progresse à grands pas, a été provoqué par la politique de l'enfant unique. La société chinoise n'est pas bien préparée à cette évolution dans la mesure où les systèmes sociaux n'ont pas encore pu se développer.

Quels produits et services permettraient aux entreprises de cibler les seniors chinois?

En Chine, de nombreux grands-parents s'occupent de leurs petits-enfants, dont les parents travaillent souvent dans les grandes métropoles économiques. Il existe donc une demande importante pour les produits enrichissant la cohabitation entre grands-parents et petits-enfants. D'une manière générale, en Chine, les marques occidentales sont synonymes de qualité et de sécurité. Les seniors pouvant se le permettre se tourneront donc volontiers vers les produits occidentaux.

Quelle est la situation en Suisse?

La Suisse est également touchée par cette tendance car le pays a une très faible natalité depuis de nombreuses années. Du reste, de nombreuses sociétés suisses telles que Schindler – avec son savoir-faire en matière d'ascenseurs et d'escaliers mécaniques – ou encore Novartis proposent des produits et services adaptés aux seniors. A l'avenir, elles pourront encore davantage développer ce marché.

De nombreuses personnes âgées ne souhaitent pas être catégorisées comme «seniors» et veulent acheter des produits normaux. Comment expliquer ce phénomène?

Il faut tenir compte de la différence entre l'âge physiologique et l'âge psychologique, qui reflète le ressenti de la personne. Il est intéressant de constater que les quinquagénaires s'identifient à des gens plus jeunes de dix ans en moyenne. La santé joue d'ailleurs un rôle important

sur ce point: les quinquagénaires qui ont des problèmes de santé se sentent en effet plus âgés. Outre la santé, le statut financier influence également grandement l'âge psychologique: plus ce statut est élevé, plus l'on se sent jeune.

Pourtant, le comportement de consommation n'est pas déterminé uniquement par l'âge...

C'est exact. Il est également influencé par ce qu'on appelle les effets de cohorte.

Cela signifie que quelqu'un qui a 60 ans aujourd'hui ne consommera pas de la même manière que quelqu'un qui avait 60 ans il y a 30 ans. Cela dépend des valeurs et des conventions développées par la génération concernée.

Le point commun des seniors est l'expérience. Ils ont accompli un certain nombre de choses au cours de leur vie et ont généralement atteint un certain statut financier. En tant que consommateurs, ils sont très exigeants et, en règle générale, disposés à payer pour un produit de qualité.



BIOGRAPHIE

Florian Kohlbacher est professeur de marketing et d'innovation à l'École de commerce international de Suzhou, en Chine. Auparavant, il a étudié et fait de la recherche au Japon durant une dizaine d'années, dont huit ans à l'Institut allemand des études japonaises à Tokyo.

Dans ses travaux, il aborde notamment la question du positionnement des entreprises vis-à-vis du changement démographique. Dans ce cadre, il a publié en 2008 le livre «The Silver Market Phenomenon. Business Opportunities in an Era of Demographic Change» (éd. Springer; 2^e édition 2011).

«Les baby-boomers sont habitués à vivre dans une certaine prospérité»

Quand les entreprises ont-elles commencé à considérer les seniors comme un segment cible à part entière? Dès la fin des années 1970 et le début des années 1980, aux Etats-Unis, des entreprises ont commencé à s'intéresser au vieillissement des baby-boomers, cette génération née après la Seconde Guerre mondiale. Ceux-ci n'étaient pas bien vieux à l'époque, mais pour la première fois, on prenait conscience du vieillissement imminent d'une partie très importante de la population.

Toutefois, le phénomène a été assez ponctuel. Ce n'est que depuis dix ou quinze ans, c'est-à-dire à l'époque où

les baby-boomers ont commencé à partir à la retraite, que les entreprises ont réellement commencé à s'intéresser aux quinquagénaires. Contrairement aux générations précédentes, il s'agit d'un segment cible ayant une espérance de vie élevée et disposant d'un pouvoir d'achat important.

—+—
«Les marchés du futur sont ceux qui visent à améliorer et à simplifier la vie des seniors.»
 —+—

Qu'est-ce qui distingue les baby-boomers?

Les baby-boomers sont marqués par l'essor économique de l'après-guerre dans l'ensemble des pays industrialisés. Il s'agit par conséquent d'une génération qui n'a pas eu à s'inquiéter pour sa survie, à l'exception des premières années de l'après-guerre. Les baby-boomers sont habitués à partir en vacances, à avoir du temps libre et à vivre dans une certaine prospérité.

Quels marchés se sont tournés vers les seniors au cours des dernières années?

Depuis plusieurs décennies déjà, il existe un «silver market», qui concerne surtout les secteurs médical et pharmaceutique. Ce marché propose des produits et services résolvant les problèmes amenés par le vieillissement. Au cours des 10 à 15 dernières années, un nouveau marché axé

sur le mode de vie des seniors s'est développé. Il comprend entre autres le tourisme et la technologie.

Quelles entreprises sont particulièrement actives dans ce domaine?

La société japonaise Fujitsu a fait œuvre de pionnière avec ses téléphones portables adaptés aux seniors. Depuis, ils ont été déclinés en smartphones et sont également vendus en Europe. Un autre exemple est l'entreprise autrichienne Emporia, qui produit également des portables pour les seniors. Ce qui est le plus étonnant, c'est le petit nombre d'entreprises qui se concentrent sur ce segment cible malgré le vieillissement de la population.

Comment expliquer cette retenue?

Les managers sont encore dans l'incertitude quant à la manière dont il convient de traiter ce changement démographique. A cela s'ajoute le problème de l'horizon temporel: les entreprises ont le sentiment que le vrai changement démographique est encore à venir. Dès lors, elles reportent à plus tard toute stratégie visant à tirer profit d'un marché engendré par ce changement qu'elles ne perçoivent pas comme immédiat.

A quoi les entreprises doivent-elles prendre garde en s'adressant aux seniors?

De manière générale, les entreprises doivent éviter de qualifier des produits et services comme étant «pour les seniors» car cela peut repousser les clients les plus âgés comme les plus

jeunes. Le secteur de la mode, où les mots-clés sont la tendance et la jeunesse, montre bien à quel point cette question est sensible.

Quels domaines deviendront intéressants pour les seniors dans le futur?

Pour les seniors, les marchés du futur sont ceux qui visent à améliorer et à simplifier leur vie. Dans le domaine de la santé et de la médecine, le préventif remplace le palliatif en tant que point focal. Ainsi, il existe de nombreuses applications mobiles permettant de surveiller chez soi, et de manière de plus en plus poussée, son propre état de santé.

—+—
«Les managers sont encore dans l'incertitude quant à la manière dont il convient de traiter ce changement démographique.»
 —+—

Le commerce électronique se tournera également vers les seniors. En effet, il est très important pour ces derniers de pouvoir vivre en autonomie, sans dépendance vis-à-vis d'une aide à domicile ou de leur famille. Les services rendant une telle autonomie possible ont donc un potentiel important. Un autre marché prometteur s'ouvre pour les produits financiers: avec l'augmentation de l'espérance de vie, les gens recherchent davantage d'opportunités d'investissement intéressantes. ▲



SENIORS AU SOMMET

JUDI DENCH

DATE DE NAISSANCE
9 DÉCEMBRE 1934

Comme les caves bourguignonnes, le milieu du théâtre shakespearien sait faire vieillir admirablement ses meilleurs produits, à l'image de Maggie Smith, la Minerva McGonagall de «Harry Potter», d'Helen Mirren, fantastique en Elisabeth II de Stephen Frears il y a quelques années, et plus encore de Judi Dench, dont le grand public a découvert le nom et le visage strict mais attachant bien après qu'elle eut dépassé la cinquantaine.

Récompensée par un Oscar pour son interprétation en collerette d'Elisabeth I dans «Shakespeare in Love» (1998), Judi Dench avait fait croire au producteur du film, Harvey Weinstein, qu'elle s'était fait tatouer son nom sur la fesse par gratitude. Bien réel, le tatouage était en fait soluble à l'eau. C'est avec le même humour iconoclaste britannique qu'elle a interprété M dans la série «James Bond». Celle qui s'est fait élever au rang de Dame commandeur de l'Ordre de l'Empire britannique s'affiche aussi dans des rôles plus troubles, comme dans «Chronique d'un scandale» (2006) aux côtés de Cate Blanchett.



MOVIE STILLS

Des cheveux argentés qui valent de l'or

Longtemps perçus comme un danger pour l'économie, le vieillissement de la population et l'arrivée à la retraite des premiers baby-boomers représentent aussi des opportunités d'investissements.

Par Marc Renfer



GERARDO GARCIA / REUTERS

En 2050, 2 milliards d'êtres humains seront âgés de 60 ans ou plus, soit un sur cinq. Les seniors deviendront pour la première fois plus nombreux que les moins de 15 ans, selon une projection de l'Organisation mondiale de la santé (OMS). Le nombre de centenaires devrait tripler sur la même période et un enfant sur deux mis au monde aujourd'hui dans les pays développés pourrait vivre plus d'un siècle. Cette transformation démographique alarme les gouvernements pour son impact sur les sys-

tèmes de santé, les fonds de pension et le taux d'actifs. Pour les investisseurs, elle engendre des opportunités dans des secteurs que les seniors soutiennent de manière inévitable, comme la santé, ou par choix, en tant qu'acheteurs. Les études montrent que la génération des 55 ans et plus, qui a embrassé comme jamais le consumérisme, ne modifie pas ses habitudes en prenant de l'âge. Elle reste pourtant parfois oubliée par les acteurs économiques. «Je suis surprise que les entre-

prises ne profitent pas plus du changement démographique», s'étonne Meret Gaugler, du fonds Golden Age de la banque Lombard Odier, spécialisé dans les opportunités liées au vieillissement de la population. La cogérante constate que de nombreux secteurs ont mis du temps à s'adapter et à mettre à jour leurs offres.

Aux Etats-Unis, 60% de la consommation est portée par les baby-boomers

Les a priori sur les personnes âgées s'appliquent difficilement aux baby-boomers. «La retraite n'est plus synonyme de mauvaise santé, remarque Clément Maclou, gérant pour le fonds CPR Silver Age de la société de gestion CPR Asset Management, également dédié à l'investissement dans la «silver economy». Les retraités consomment et dépensent beaucoup dans les loisirs et les soins.»

Selon une étude de la banque américaine Merrill Lynch, 60% de la consommation aux Etats-Unis est portée par les baby-boomers. Le cabinet Nielsen souligne que les plus de 55 ans représentent déjà près de la moitié de la population des Etats-Unis et surtout qu'ils détiennent 70% des revenus disponibles. En Europe, selon Eurostat, les dépenses de consommation des seniors ont augmenté en moyenne de 50% plus rapidement que celles des moins de 30 ans durant les deux dernières décennies. Au niveau mondial, le pouvoir d'achat des 60 ans et plus devrait atteindre 15 billions de dollars d'ici à la fin de la décennie, contre 8 billions en 2010, a calculé le cabinet d'étude de marché Euromonitor.

En Suisse, la situation ne diffère pas. Selon des statistiques du canton de Genève, les retraités détiennent pratiquement 50% des richesses alors qu'ils ne représentent que 24% des ménages. La fortune nette médiane des 65 ans et plus est huit fois supérieure à celle des non-retraités. ▲



LA SANTÉ EN PREMIÈRE LIGNE

La santé reste incontournable pour les investisseurs pariant sur le changement démographique. La demande pour les soins de maladies chroniques spécifiques au vieillissement se renforce, et donc l'intérêt pour l'industrie pharmaceutique. «La population âgée consomme les deux tiers des médicaments vendus dans le monde», relève Clément Maclou.

Preuve de l'importance de la branche, chez Lombard Odier la santé occupe 50% du fonds spécialisé Golden Age. «Nous avons de grandes convictions sur Roche, lance Meret Gaugler. C'est le leader mondial en oncologie et le facteur de risque principal des cancers reste malheureusement l'âge.» Autre géant suisse, Novartis est bien placé sur le marché des traitements cardiovasculaires, première cause de décès dans le monde, et s'intéresse de près aux thérapies contre la maladie d'Alzheimer.

Les sociétés disposant d'une expertise dans une maladie liée à l'âge deviennent particulièrement intéressantes, comme Novo Nordisk et son positionnement sur le diabète. Le nombre de diagnostiqués est passé de 30 millions en 1985 à 194 millions en 2010, selon l'OMS. Le taux de prévalence de la maladie se situe entre 70 et 80% chez les 45-80 ans.



SENIORS AU SOMMET



JOHN SLEEZER / MCT / NEWSCOM

WARREN BUFFETT

DATE DE NAISSANCE:
30 AOÛT 1930

A 85 ans, la deuxième fortune du monde derrière son ami Bill Gates, «l'oracle d'Omaha» comme on le surnomme, dirige toujours sa société Berkshire Hathaway selon ses principes d'investissement qui consistent à s'intéresser à des entreprises sous-évaluées et à réfléchir à long terme.



LA DÉPENDANCE, SECTEUR INCONTOURNABLE

Les opportunités d'investissement ne se limitent pas aux seuls groupes pharmaceutiques. Toute une galaxie de services et produits se retrouve favorisée par le vieillissement de la population. «Pour le segment des aînés, plus vulnérables, le secteur de la dépendance est incontournable, c'est pourquoi nous l'avons intégré à notre approche», explique Clément Maclou. «Les maisons de retraite

constituent un secteur phare, 100% dédié à cette population», souligne le gérant de fonds, qui mise sur les groupes français spécialisés Orpea et Korian.

Les analystes de Credit Suisse, dans une étude sur le marché helvétique, ont confirmé que le vieillissement démographique générerait «une demande pratiquement garantie en services de soin». Au cours des dernières

années, «les homes médicalisés et les soins à domicile ont enregistré une croissance plus dynamique que le système hospitalier, pourtant également en forte expansion», note la banque, qui prévoit que la tendance dans l'immobilier de soins se poursuivra «à moyen et long terme compte tenu de l'évolution pronostiquée de la demande».

Incontournable, le secteur des dispositifs médicaux profite de la même dynamique. Des titres comme le suisse Sonova, producteur de prothèses auditives, ou encore le spécialiste français des verres correcteurs Essilor – cité comme favori par Aneta Wymimko, gestionnaire du fonds Fidelity Global Demographics – devraient voir leur clientèle et leurs bénéfices croître.



DÉPENSER POUR SE MAINTENIR JEUNE

De nombreux baby-boomers atteignent la retraite en bonne santé et disposent de capacités financières qui leur permettent de consommer. Ils dépensent en particulier dans les soins personnels. Certaines égéries choisies par les plus grandes marques de cosmétiques – l'actrice Helen Mirren, 70 ans, représentant par exemple L'Oréal depuis peu – montrent que les entreprises du secteur ont commencé à prendre conscience de l'importance de cette clientèle.

La firme nipponne Pola Orbis vend comme des petits pains ses coûteux produits anti-âge. «Le Japon, même s'il n'est pas forcément toujours un bon investissement, nous sert de think tank», indique Meret Gaugler, qui ajoute que le Japon a quinze ans d'avance sur l'Europe et les Etats-Unis.

Spécialiste du marché nippon, Yasunobu Higuchi, de la banque Piquet Galland & Cie, désigne une autre piste, un peu moins glamour, pour les plus âgés: «Le marché des couches pour adultes est intéressant et profite à des compagnies comme la suédoise Svenska Cellulosa AB.» Au Japon, les couches pour adultes se vendent plus que celles pour bébés depuis 2012.



CRUZIÈRES, VÉHICULES: LES RETRAITÉS SE FONT PLAISIR

«L'âge moyen des clients des croisières correspond à l'âge de la retraite, éclaire Meret Gaugler, qui justifie l'investissement dans les actions de compagnies du secteur. Nous misons sur des titres comme ceux de la firme américaine Norwegian Cruise Line. La reprise économique américaine engendre une augmentation de la demande, tandis que l'offre reste stable.»

Le tourisme occupe également sa place dans le fonds CPR, avec des titres comme ceux de l'opérateur américain de croisières Carnival, la chaîne hôtelière espagnole Sol Melia ou la multinationale allemande du voyage TUI.

Les jeunes ou futurs retraités dépensent aussi beaucoup dans les véhicules. Chaque année et de manière régulière, les acheteurs de voitures neuves deviennent plus âgés. «L'âge moyen d'un acheteur d'une Mercedes Classe S aux Etats-Unis est de 62 ans», souligne-t-on chez Lombard Odier.

«Il faut regarder du côté des innovations permettant de faciliter la conduite des plus âgés», conseille Clément Maclou, qui note que BMW et Audi travaillent sur des systèmes d'automatisation. Les projets de véhicules autonomes comme la Google Car ouvrent de nouvelles pistes pour permettre aux seniors de rester plus longtemps et avec une sécurité accrue sur la route.



À LA RECHERCHE DE RENDEMENTS

Reste encore un marché profitant du bouleversement démographique: celui du placement de l'épargne accumulée par une génération particulièrement aisée qui cherche à compléter les pensions.

«C'est une tranche d'âge avec une belle épargne, qui est en partie investie», explique Meret

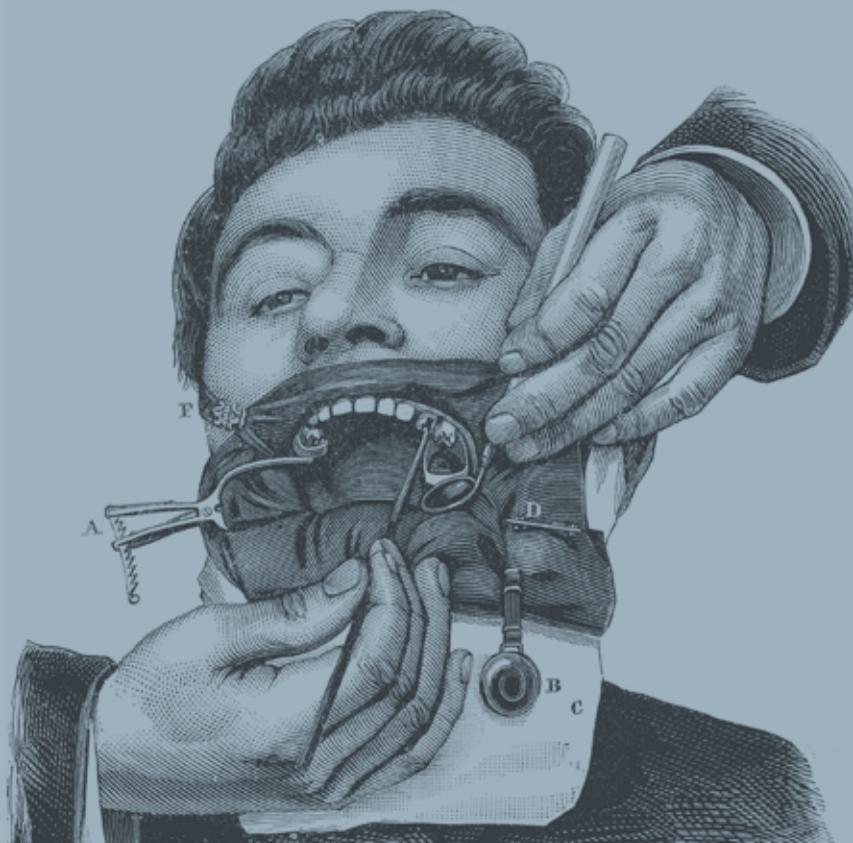
Gaugler, qui cite la situation japonaise, où 70% des actions dans le commerce de détail sont détenues par des retraités. «Des sociétés comme le gestionnaire de fortune britannique St James's Place profitent aussi clairement du vieillissement et de pensions encore généreuses.»

«Il existe différents niveaux de cyclicité dans cet univers d'investissement, avec la consommation directe en phase de croissance économique et la consommation indirecte – comme tout ce qui concerne la santé – en phase de crise», conclut Clément Maclou, qui assure cependant qu'il s'agit d'une thématique pérenne et non cyclique. L'expert estime que la profitabilité de la «silver economy» va continuer, peu importe l'évolution de la situation économique. Un avis partagé par Meret Gaugler, qui prédit que le sujet sera porteur ces dix, quinze voire vingt prochaines années.

Les implants dentaires sourient à la Suisse

Avec le vieillissement de la population, le secteur des prothèses dentaires connaît une forte croissance. Les entreprises helvétiques sont à la pointe.

Par William Türlér



Les fabricants d'implants dentaires peuvent se frotter les mains. Avec le vieillissement de la population et le remplacement des dentiers par des prothèses, les revenus grimpent. Le chiffre d'affaires mondial du secteur devrait atteindre 3,8 milliards de dollars en 2015 selon Credit Suisse, avec une croissance annuelle moyenne escomptée de près de 5% pour les années à venir. Plusieurs acteurs historiques de la branche sont basés en Suisse. Parmi eux, le groupe bâlois Straumann, leader mondial avec

une part de marché dépassant les 20%. La société enregistre depuis une dizaine d'années une hausse constante de ses ventes (5,4% en moyenne entre 2004 et 2014) et a dégagé l'an dernier un chiffre d'affaires de 710 millions de francs, en croissance de 4,5% par rapport à 2013. Le bénéfice net a crû de 56%, à 158 millions.

Une évolution positive que le groupe attribue au vieillissement de la population, certes,

mais aussi à l'augmentation globale de la prospérité, qui facilite l'accès aux implants dentaires. «La sensibilisation des patients aux avantages de ce traitement, l'importance croissante des considérations esthétiques et le nombre toujours plus grand de dentistes formés dans le monde représentent également des paramètres importants», note Thomas Konrad, porte-parole de Straumann. Parmi les atouts des implants, il cite notamment leur durabilité, le fait qu'il n'y ait pas besoin de tailler les dents voisines – alors que c'est nécessaire avec les ponts – et le confort masticatorie, par exemple en cas d'absence complète de dents.

80% des personnes ayant atteint l'âge de la retraite ont perdu une ou plusieurs dents au cours de leur vie

Straumann estime qu'environ 80% des personnes ayant atteint l'âge de la retraite dans les pays développés ont perdu une ou plusieurs dents au cours de leur vie, un phénomène davantage précoce dans le reste du monde. Aujourd'hui, l'âge moyen de la clientèle du groupe s'élève à 55 ans. «Dans ce contexte, le seul facteur limitant notre potentiel de croissance réside dans l'amélioration constante de l'hygiène dentaire dans le monde», observe Thomas Konrad.

Dans les années à venir, le groupe bâlois – actif dans 70 pays et qui emploie 2400 personnes – mise non seulement sur le segment premium, mais également sur des modèles plus accessibles, notamment au sein des pays émergents. C'est pourquoi il a récemment racheté à 100% la société brésilienne Neodent, spécialisée dans les prothèses dentaires de milieu de gamme. L'année dernière, cette entité, dont Straumann détenait déjà 49% depuis 2012, a contribué à environ 13% de son chiffre d'affaires.

Le groupe mise aussi sur une autre grande tendance d'avenir: la numérisation croissante des traitements. Une évolution qui

l'a incité à acquérir dernièrement la majorité du capital de la société canadienne Dental Wings, spécialiste de la dentisterie numérique. Cette entreprise fabrique notamment des scanners intra-oraux permettant de dresser le profil numérisé en 3D de la dentition du patient en vue d'une pose de prothèse.



L'AVIS DE L'ANALYSTE

Le segment des implants dentaires premium va continuer sa progression dans les années à venir, estime CHRISTOPH GRETLER, expert medtech chez Credit Suisse. La demande dans les marchés émergents deviendra notamment toujours plus importante à mesure que le revenu par habitant y augmentera. «Par ailleurs, les processus de consolidation vont se poursuivre à un rythme élevé, ce qui diminuera le caractère encore trop fragmenté de cette industrie», souligne l'analyste.

Selon lui, le marché devrait connaître une croissance comprise entre 3 et 5% dans les prochaines années, soutenue par la poussée démographique et le vieillissement de la population, ainsi que par des taux de pénétration plus élevés. «Pour les investisseurs privés, la meilleure option de placement reste Straumann, dit-il. C'est d'ailleurs la seule en Suisse depuis que Nobel Biocare a été racheté et entièrement intégré au sein du conglomérat américain Danaher en décembre 2014.»



SENIORS AU SOMMET



MIUCCIA PRADA / AFP PHOTO / MARTIN BUREAU

MIUCCIA PRADA

DATE DE NAISSANCE:
10 MAI 1949

L'ancienne militante communiste a transformé l'entreprise de maroquinerie familiale en un géant du luxe. En grande partie grâce à son flair des tendances, sa manière de transformer le pauvre, le kitsch voire le mémère en bon goût, en must have.

La fondation Prada, qui présente sa collection d'art contemporain à Venise et à Milan, lui assure une autre forme de postérité.

CONCURRENCE ACCRUE

Les coûts pour le patient varient fortement selon le pays et le dentiste. En Suisse, la pose d'un implant premium coûte environ 3500 francs, dont une part comprise entre 15 et 20% revient au fabricant. A ce tarif, il n'est pas surprenant que le prix de ce type d'intervention représente un enjeu majeur dans les années à venir pour le secteur. D'autant que les pionniers comme Straumann ou le fabricant d'implants dentaires zurichois Nobel Biocare ont vu apparaître au fil des ans une vive concurrence capable de fabriquer des implants à des prix particulièrement compétitifs.

Le chiffre d'affaires mondial du secteur devrait atteindre 3,8 milliards de dollars en 2015

En réponse, les deux groupes ont engagé ces dernières années diverses restructurations. Straumann a mis sur pied un programme de réduction des coûts incluant la suppression de plusieurs centaines de postes, dont une bonne partie en Suisse. De son côté, Nobel Biocare a été racheté en décembre dernier pour près de 2,2 milliards de dollars par le géant de la santé américain Danaher. «C'est une acquisition intelligente réalisée à un prix avantageux, juge Christoph Gretler, spécialiste medtech chez Credit Suisse. Elle a permis au groupe américain d'obtenir une extension premium dans son portefeuille, dans un secteur où il n'était pas encore présent.»

On trouve aussi en Suisse des acteurs de taille plus modeste, tel le fabricant d'implants Thommen Medical, basé à Granges, dans le canton de Soleure, qui a dégagé l'année dernière un chiffre d'affaires de 20 millions de francs. Fondée en 2001, la société emploie aujourd'hui une centaine de personnes, dont les deux tiers travaillent en Suisse. Toutefois, le point faible de l'entreprise réside, selon Christoph Gretler, dans son manque de masse critique et d'avantages concurrentiels en termes de positionnement, rendant difficiles d'éventuels gains de parts de marché dans les années à venir. ▲



La retraite au soleil

Après la vie professionnelle, beaucoup de Suisses émigrent dans des pays chauds où ils bénéficient d'un meilleur pouvoir d'achat, par choix ou nécessité. Ce n'est pas toujours le paradis.

Par Benjamin Keller

OVERSEED. COUPLE RELAXING / STEVEN EDSON

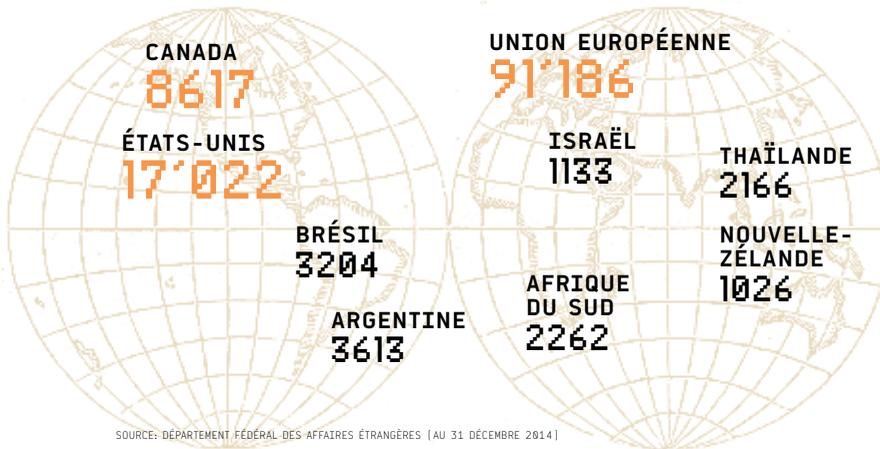
Une jolie maison blanche au toit plat entourée d'un jardin luxuriant planté de palmiers, d'arbres fruitiers et d'essences de toutes sortes. Un îlot de verdure et de calme au milieu du béton et de l'agitation du «bled-el arbi» de Tunis, la ville arabe et populaire de la capitale tunisienne. Ici vivent Marie-Anne Couvreu, 59 ans, et

146'145

Le nombre de Suisses de plus de 65 ans qui vivaient à l'étranger l'an dernier, en hausse de 3,6% sur un an, selon le Département fédéral des affaires étrangères.

son conjoint, elle Franco-Suisse, lui Français. Retirés de la vie professionnelle, ils ont choisi, comme beaucoup, de s'expatrier sous d'autres cieux. «Nous n'aurions jamais imaginé nous installer en Tunisie, raconte Marie-Anne Couvreu, attablée à l'ombre de la tonnelle de vigne et de jasmin. Nous sommes venus juste après

Où vivent les Suisses de l'étranger de plus de 65 ans ?



la révolution, en janvier 2011. On s'est dit que pour une fois qu'il y avait une révolution, on ne voulait pas la suivre à la radio. Mon compagnon venait d'arrêter de travailler. Je me tâtais pour arrêter également. Nous avions du temps.» Le conjoint de Marie-Anne Couvreur dirigeait une agence de communication, qu'il a vendue. Elle en était la directrice de création. Elle a aussi créé et dirigé une galerie d'arts graphiques à Paris pendant douze ans.

«On avait travaillé énormément. On avait besoin de se poser et de réfléchir. Mais on n'avait pas de plan. Quand

nous sommes arrivés ici, quelqu'un nous a parlé d'une maison avec le seul jardin de la médina. Mon conjoint étant passionné de botanique, on a demandé s'il était possible de la voir. Il n'y avait que des poubelles, de la terre et quelques palmiers. On s'est mis à rêver. On s'est dit: «Pourquoi on n'achèterait pas une maison où on recevrait tous nos enfants? Ce serait super!»

PROXIMITÉ ET COÛT DE LA VIE

Il faudra attendre plus de deux ans pour que l'achat soit finalisé. Puis il a fallu rénover et faire revivre le jardin. «Nous avons commencé les travaux fin 2013 et nous avons

tout de suite planté, planté, planté. Nettoyé et planté.» Sur le terrain du couple se trouve également une autre bâtisse, de style arabe, avec son patio caractéristique. Encore en chantier, elle doit servir à recevoir famille et amis, déjà venus souvent en visite. Les concubins, toujours officiellement résidents français, font aussi régulièrement l'aller-retour avec la France. «Ce n'est pas loin. De Marseille, c'est 1h30 en avion. Et il y a des billets pas chers. C'est quelque chose qui a compté dans notre décision.»

Autre élément qui a compté: le coût de la vie en Tunisie. «Je n'aurais jamais pu avoir une maison comme celle-là en France ou en Italie. On avait un bel appartement à Paris, que l'on a vendu et qui nous a permis d'acheter ici et de faire les travaux. La journée de maçon revient à 25 dinars (environ 12,5 francs, ndlr). A part la maison, que je garde très simple, je ne dépense rien. Vivre ici ne coûte pas cher.» Seul petit luxe: une discrète piscine dans un coin du jardin.

Rares sont les expatriés occidentaux à vivre dans les quartiers populaires de Tunis. «J'ai envie d'habiter dans un

HORS DES FRONTIÈRES, LA VIE EST MOINS CHÈRE (Prix moyens en francs suisses)

		REPAS DANS UN RESTAURANT BON MARCHÉ		500 G DE PAIN		PAQUET DE CIGARETTES (MARLBORO)	
SUISSE	ESPAGNE	20	10.9	2.5	1	8	5.2
THAÏLANDE	TUNISIE	1.3	3	1	0.15	2.4	3

endroit «vivant», de pouvoir aller au marché», explique Marie-Anne Couvreu, qui s'est fait plein d'amis en Tunisie. «Dans ce pays, on rencontre très vite des gens. Je peux appeler n'importe qui, pour aller au cinéma ou voir une expo. En plus, tout le monde parle français.» Les deux attentats dans lesquels 59 touristes sont morts cette année n'effraient pas la Franco-Suisse. «Ça ne m'inquiète pas plus ici qu'à Paris, relativise-t-elle, avant

d'ajouter: Je me vois bien rester en Tunisie. J'ai aussi un confort de vie qui me permet de prendre l'avion si j'ai envie d'aller ailleurs. Je veux garder cette indépendance-là.»

«JE NE POURRAIS PAS VIVRE EN SUISSE»

La liberté de mouvement dont jouit Marie-Anne Couvreu n'est pas donnée à tout le monde. Ute Hobi, 78 ans, s'est installée à Chiang Mai, en Thaïlande, en 1996, après être tombée au

chômage quatre ans plus tôt. Elle possède un visa retraite – pour lequel il faut justifier d'un revenu mensuel d'au moins 65'000 bahts, soit environ 1750 francs, ou d'un capital de 800'000 bahts, soit environ 22'000 francs – qui lui permet de vivre à l'année dans ce pays en restant résidente suisse, sans payer d'impôt en Thaïlande. Elle loue une petite maison avec son conjoint thaïlandais. Elle touche uniquement l'AVS et n'a pas d'économies.

«Il faut être prêt à faire ses bagages et à rentrer»

Deuxième pilier, impôts, assurance maladie: les pièges à éviter.

Pour de nombreux Suisses, prendre sa retraite à l'étranger signifie retirer son 2^e pilier avant l'heure, puis compter sur la rente AVS à partir de l'âge de la retraite. «Dans 80% des cas, les gens qui partent arrêtent de travailler avant l'âge légal de départ à la retraite, indique le consultant Thierry Feller, fondateur du site Quitter-la-Suisse.ch. Sauf que si l'on retire son 2^e pilier à 58 ans, non seulement on ne cotise pas pendant sept ans, mais en plus on touche au capital. Il y a généralement intérêt à attendre au maximum et à demander le 2^e pilier sous forme de rente, plutôt que de le dilapider et de se fermer la porte du retour en Suisse.»

Pour ceux qui désirent tout de même recevoir leur 2^e pilier en

une fois pour s'expatrier, Thierry Feller recommande de faire bien attention à ne pas choisir l'option capital prévue par les fonds de pension, mais de donner sa démission et d'ouvrir un compte de libre passage dans le canton au taux d'imposition le plus bas, puis de réclamer le capital une fois que l'on ne réside plus en Suisse. Un impôt à la source est prélevé sur le 2^e pilier lorsqu'on le perçoit à l'étranger. Or le taux d'imposition est déterminé en fonction du canton dans lequel se trouve le siège de la fondation. Ceux qui choisissent l'option capital seront soit imposés dans leur canton de domicile s'ils résident en Suisse lors du versement, soit à la source s'ils sont à l'étranger, sans pouvoir transférer l'argent dans un canton moins gourmand.

Un autre élément important à prendre en compte est l'assurance maladie. Une fois résident d'un pays étranger, on perd, en principe, la possibilité de s'assurer en Suisse, sauf dans l'Union européenne. Il faut alors conclure des assurances locales ou internationales, dont les coûts peuvent être très élevés. Ce qui fait dire à Thierry Feller que même si on émigre en Thaïlande, il vaut mieux conserver un domicile légal en Suisse. De manière générale, le spécialiste conseille d'être «comme un oiseau sur la branche»: «Il faudrait éviter de travailler, de faire des affaires ou d'acheter un bien immobilier dans le pays d'accueil, pour qu'en cas de problèmes, par exemple un putsch militaire, on soit à l'abri. Il faut être prêt, à tout moment, à faire ses bagages et à rentrer.»

KM DE TAXI
(TARIF STANDARD)

3,8

1,1

1,5

1,4

102

41,1

18

8,7

0,2

0,4

0,9

0,8

38,7

21,3

4,3

2,5

LITRE D'ESSENCE

ABONNEMENT MENSUEL
À UN CLUB DE FITNESS

TICKET DE CINÉMA

SOURCE: DÉPARTEMENT FÉDÉRAL DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES (AU 31 DÉCEMBRE 2014)



SENIORS AU SOMMET



ZAHA HADID

DATE DE NAISSANCE:

31 OCTOBRE 1950

Longtemps considérée comme trop radicale, cette architecte n'est véritablement devenue une prolifique bâtisseuse d'emblèmes architecturaux, comme la piscine olympique de Londres, l'opéra de Canton ou la plus grande tour de Marseille, que dans les années 2000. Lignes fluides, organiques, non symétriques, angles aigus: son style futuriste doit beaucoup aux logiciels de modélisation 3D.

La Saint-Galloise se dit «obligée» de rester en Thaïlande car son AVS ne lui permet pas de vivre en Suisse. «J'aurais bien aimé revenir en Suisse pour vivre près de ma famille, mais je ne pourrais pas «vivre», seulement végétier.» Elle met de côté de quoi rendre visite à sa famille en Suisse tous les deux ans. «Ma vie en Thaïlande est un nouvel apprentissage. Ici, le mot solidarité veut encore dire quelque chose, l'entraide existe, ainsi que la tolérance et la gentillesse. La nourriture est saine, les frais médicaux accessibles.» Elle souligne n'avoir pas d'assurance maladie: «Je prie pour que rien ne m'arrive, je ne saurais pas comment payer.» Vivre en Thaïlande à l'année? Pierre-Alain Perret n'y songerait

jamais. Cet ancien enseignant de 66 ans, d'origine vaudoise, ne reste jamais longtemps dans le 40m² qu'il loue pour 200 francs par mois juste à côté de la station balnéaire de Pattaya, connue pour le tourisme sexuel. Il s'en sert comme base pour rayonner dans toute l'Asie du Sud-Est, notamment au Laos. Le baroudeur, «célibataire endurci», peut compter sur une retraite d'environ 4000 francs par mois, grâce à l'AVS et au 2^e pilier. Titulaire d'un visa retraite en Thaïlande comme Ute Hobi, il tient à passer au minimum cinq mois par an en Suisse: «Je ne me couperai jamais de mes racines.»

CHOC CULTUREL

Le tableau que Pierre-Alain Perret dépeint de la vie des

retraités exilés en Thaïlande n'est pas gai: «Les promoteurs ont compris le business à faire avec la population vieillissante européenne. On leur vend le soleil, les belles filles et des appartements à 30'000 francs, mais c'est un miroir aux alouettes. Culturellement, il n'y a rien. Beaucoup d'Occidentaux s'ennuient à mourir et se réfugient dans l'alcool. On les voit à la plage, le matin, une canette de bière à la main. Les couples ne parlent pas la même langue. A part le sexe, on va être très clair, il n'y a rien. Si un expatrié n'a pas d'activité, il est foutu. Le problème, c'est que beaucoup d'entre eux ont coupé avec leur pays. Ce sont des déracinés.» ▲

Les seniors ont la bougeotte

Toutes les études le montrent: la pratique sportive augmente chez les personnes âgées. Même les sports extrêmes trouvent des adeptes chez les plus de 60 ans.

Par Alexandre Babin

JEAN-PIERRE CLAUDY / AFP

En août dernier, Penka Baleva, 80 ans, s'est jetée d'un pont haut de 190 m avec pour seule garantie de survie un élastique attaché aux pieds. Si l'exemple de cette téméraire retraitée bulgare ne signale pas un emballement généralisé des seniors pour le «bungee jumping», il témoigne néanmoins d'une réalité nouvelle: les personnes âgées sont de plus en plus sportives et s'ouvrent à de nouvelles disciplines. A Londres, ce sont par exemple des stages de parkour, art du déplacement acro-

batique né en France dans les années 1990, qui sont proposés aux aînés.

En Suisse aussi, la part des sportifs âgés de 65 ans et plus ne cesse de croître: de 34% en 2008 à 42% aujourd'hui, d'après l'étude «Sport Suisse 2014» réalisée par l'Observatoire Sport et activité physique Suisse. De plus, l'activité sportive diminue avec l'âge, mais elle progresse dès la retraite. Les facteurs qui expliquent cette forte augmentation sont



SENIORS AU SOMMET



RICHARD BRANSON / CHRISTOPHER JAY / CONTRASTOUR BY GETTY IMAGES

RICHARD BRANSON

DATE DE NAISSANCE:
18 JUILLET 1950

«Das Magazin» montrait il y a quelques semaines Richard Branson en train de faire du ski nautique avec une jeune mannequin nue accrochée sur son dos. Une image provocante typique de l'éternel jeune homme blond, du play-boy, et de l'homme d'affaires aventurier et touche-à-tout à la tête du conglomérat Virgin.

multiples: espérance de vie croissante qui va de pair avec une meilleure condition physique, davantage de temps libre mais également une plus grande aisance financière.

RANDONNÉE, SKI DE FOND ET AQUAGYM

Les activités préférées des seniors ne surprennent pas: on y retrouve la gymnastique, le golf, l'aqua-fitness (avec une moyenne d'âge de 55 ans) ou encore la randonnée et le nordic walking. La passion des Suisses pour ces disciplines se lit dans l'évolution des effectifs du Club alpin suisse (CAS). Entre 2010 et 2014, le total des adhérents de l'association est passé de 131'000 à 144'000. Une progression quasiment exclusivement imputable à l'augmentation du nombre de membres de plus de 50 ans.

La génération des baby-boomers affectionne particulièrement le ski de fond, la gymnastique et la randonnée

«En plus d'une amélioration de la qualité de vie, la génération des baby-boomers a l'habitude de faire du sport», remarque Flavian Kühne, responsable sport et mouvement de Pro Senectute, la plus grande organisation professionnelle au service des personnes âgées en Suisse. De fait, 138'000 membres de l'organisation pratiquaient une activité physique en 2014, contre 95'000 cinq années plus tôt. Cette génération de personnes âgées affectionne particulièrement le ski de fond, la gymnastique ou encore la randonnée. Toutefois, Flavian Kühne ne décèle pas d'augmentation notable dans les sports «extrêmes» tels que le rafting, le ski ou encore le parachute.

A l'école Anemos Parapente, dans le canton de Fribourg, les clients seniors sont cependant assez fréquents. «Dernièrement, nous avons reçu un couple de personnes âgées: lui avait 86 ans, elle en avait 93», témoigne Pierre-Alain Hayoz. Le fondateur de l'école compare le comportement d'un senior à celui d'un enfant: «La plupart des personnes âgées n'ont pas peur. Elles sont surtout enthousiastes!» ▲



«Je profite de ma pause de midi pour voler»

Paul Fasel / 63 ans / Fribourg

Propriétaire d'un bureau d'architecture situé à Zumholz (Fribourg), Paul Fasel sait profiter de la vie. «L'hiver, je prends souvent sur ma pause de midi pour voler, skis aux pieds, pendant une dizaine de minutes.» A 63 ans, ce diplômé de

l'ETH de Zurich comptabilise pas moins de 500 sorties en parapente. Il pratique cette discipline depuis cinq années seulement. Il affectionne particulièrement le sentiment de liberté qu'elle procure: «Si les vents thermiques sont bons, je peux décoller de 2000 mètres puis m'élever jusqu'à 4200 mètres. A partir de là, je peux choisir de traverser la vallée ou de rester près d'une montagne.»

La passion du vol, Paul Fasel l'entretient depuis ses 14 ans. Il l'a toujours gardée dans un coin de sa tête, mais c'est seulement en 1984 qu'il a effectué son premier saut en parachute. Depuis, il s'est élancé plus de 1200 fois dans le vide. Le sexagénaire ne considère pas ces activités comme des sports extrêmes: «Lorsque je saute, cela n'a plus rien d'exceptionnel, c'est comme si j'ouvrais une porte.»



«Moins de risques de se casser les os»

Peter Schmid / 59 ans / Berne

Le Biennois Peter Schmid est un parachutiste confirmé. A 59 ans, il compte 3000 sauts à son actif. Il préside une association au nom étrange, la Swiss Parachutists over Phorty Society (SPOPS), depuis douze ans. La philosophie de cette société

internationale créée en 1966 aux Etats-Unis est résumée par son slogan: «On n'arrête pas le parachutisme car on devient vieux, on devient vieux car on arrête le parachutisme.» Forte de 190 membres en Suisse, en augmentation d'année en année, la SPOPS est réservée aux parachutistes ayant dépassé la barre fatidique des 40 ans.

De fait, la société compte plusieurs branches telles que les Skydivers Over Sixty – réservée aux plus de 60 ans, qui compte une cinquantaine de membres en Suisse – ou les Jumpers Over Seventies. Selon Peter Schmid, les progrès techniques permettent de profiter du parachute jusqu'à un âge avancé: «Avec l'évolution des voiles, il y a moins de risques de se casser les os. Pratiquer le parachutisme, c'est partager une passion en Suisse mais également dans le monde entier.»



«Mon cœur a 25 ans!»

Daniel Chézière / 66 ans / Tessin

Arrivé en Suisse en 1981, Daniel Chézière est l'un des pionniers du rafting dans le pays et du canyoning dans les gorges de Viamala. Le Français est un passionné de sport, d'aventure et de nature. Il enfourche régulièrement son vélo pour effectuer «des petites virées, soit

des balades de 80 km avec un fort dénivelé». A 66 ans, le fondateur de SwissRaft commence peu à peu à ménager ses efforts: «Je vais baisser mon rythme de 10'000 km à vélo par année à 6000.»

Accro au sport, Daniel Chézière est aussi un adepte de la natation et du parapente. Une addiction qui représente un atout de taille pour sa vie professionnelle: «Je reçois environ 150 appels par jour, et c'est grâce au sport que j'ai pu gérer cette vie stressante.» Le kinésithérapeute de formation est également pilote de ballons et de gyrocoptère. Tant d'activités qu'il aimerait poursuivre: «Je me sens bien, j'ai l'impression que mon cœur a 25 ans!»

Dix conseils pour une retraite dorée

Que l'on ait 30 ou 50 ans, il n'est jamais trop tôt pour penser à ses vieux jours.
Recommandations d'experts.

Par Laurent Perrin



L'ASSURANCE 3^e PILIER, FACULTATIVE MAIS INDISPENSABLE

En comblant les lacunes des deux premiers piliers, le 3^e pilier permet le moment venu de maintenir un niveau de vie correct. En effet, les 1^{er} et 2^e piliers ne couvrent théoriquement que 60% du dernier salaire: il faut donc compenser.

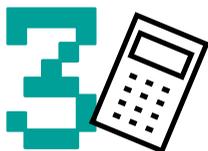
«Le 3^e pilier b est ouvert aux personnes avec ou sans emploi, alors que le 3a présuppose une activité lucrative, précise Nicolas Reichen, conseiller en gestion de patrimoine chez Credit Suisse. Tous deux connaissent des avantages fiscaux. Si le 3b est résiliable aisément, le 3a est plus limitatif quant au moment de la perception des prestations.»



INVESTIR DANS L'IMMOBILIER

La pierre fait partie des valeurs refuges sur lesquelles on peut compter, notamment en période de crise. Etudier attentivement le marché avant de faire un choix permettra d'éviter certaines erreurs de débutant.

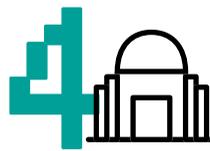
En effectuant une recherche soignée du bien immobilier, en particulier son emplacement et son état, le risque sur le rendement peut être limité à la seule variation des taux hypothécaires. Le risque sur l'appréciation est plus difficile à déterminer. «Le marché immobilier suisse est un marché de rendement et non de spéculation, explique Philippe Lasser, de la société zurichoise PLZ. C'est un marché qui s'efforce de rester sain et qui permet, malgré une certaine complexité, d'obtenir un rendement significatif pour un risque mesuré.»



NE PAS LAISSER DORMIR SON ARGENT

Parce que chaque parcours est unique, consulter un conseiller financier permet de déterminer son profil personnel. Il apportera un éclairage pertinent sur les meilleures façons de sécuriser et de diversifier ses placements.

Du côté des banques, on recommande le 3^e pilier, une solution flexible qui permet d'épargner en fonction de ses possibilités: «On ne s'engage pas pour vingt ans ou plus, on peut payer moins si certaines années on dispose de moins de liquidités», rassure Thomas Wyss, responsable de la planification de patrimoine à la banque privée Notenstein. Côté immobilier, «le système suisse ne demande pas un amortissement complet de la dette. Il permet même parfois de récupérer l'amortissement, qui prend dès lors une forme d'épargne, lors d'un changement d'établissement financier», note Philippe Lasser, de PLZ.



ÉTUDIER LES MOYENS DE PAYER MOINS D'IMPÔTS

Rachat du 2^e pilier, travaux de rénovation, notamment à visée environnementale, dons, dépenses professionnelles ou de formation: il existe en Suisse divers moyens de réduire sa facture fiscale.

Le rachat de cotisations du 2^e pilier permet de couvrir sa retraite en améliorant sa fiscalité: ces versements sont déductibles du revenu imposable. Les dons allègent l'imposition de celui qui transmet ses biens. «Toutefois, il faut s'assurer que les actifs ainsi aliénés ne sont pas nécessaires au train de vie du donateur, précise Nicolas Reichen. Et selon le canton, un impôt de donation pourra être demandé.» Pour Philippe Lasser, «les rénovations sont déductibles du revenu imposable tant qu'elles ne sont pas considérées comme des améliorations. Les charges sont donc déductibles mais pas les investissements».



PROTÉGER LES SIENS EN CAS DE DÉCÈS OU D'INVALIDITÉ

Pour ne pas perdre son patrimoine en cas d'événement malheureux, et permettre à ses proches de continuer à en jouir, il faut penser assez tôt à rédiger un testament, un pacte successoral ou une fiducie. Les assurances et la prévoyance professionnelle sont très importantes.

La couverture maladie et celle du conjoint sont aussi à vérifier, notamment pour l'invalidité. «Les directives anticipées qui permettent d'éviter un acharnement thérapeutique offrent la possibilité de décider en avance des traitements en cas de problèmes de santé très graves, ajoute Nicolas Reichen, de Credit Suisse. Planifier sa succession est de ce point de vue essentiel.» Prévoir un mandat pour cause d'incapacité en nommant un représentant permet de se protéger par avance en évitant une curatelle de portée générale.



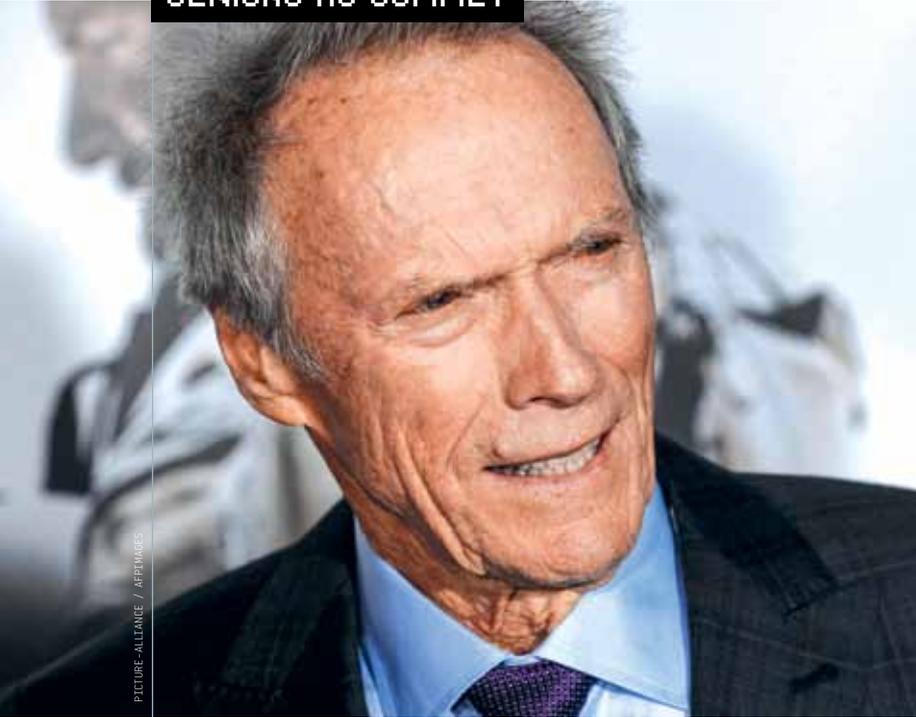
CULTIVER SES HOBBIES POUR UNE RETRAITE ACTIVE

Retraite ne rime pas avec inactivité, beaucoup de personnes continuant à être actives dans le tissu social même après la fin de leur activité professionnelle. Entretenir des activités qui nous sont chères nous permet de trouver notre place.

«Il faut amener les gens à se dépasser, à dégager du temps, à comprendre que si on leur donne plus d'énergie, c'est aussi peut-être pour s'occuper d'eux-mêmes, de leur famille», estime Christophe de Jaeger, médecin physiologiste et directeur de l'Institut de médecine et de physiologie de la longévité à Paris. Pour Thomas Wyss, «on voit beaucoup de gens travailler toute leur vie, mais une fois arrivés à la retraite, ils ont beaucoup d'argent mais ne savent pas quoi faire, tombent malade et décèdent trop tôt».



SENIORS AU SOMMET



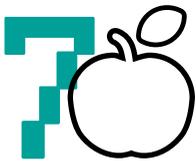
PICTURE-ALLIANCE / APPROVED

CLINT EASTWOOD

DATE DE NAISSANCE:

31 MAI 1930

Le combat de l'individu face à une société corrompue, tel est le récit inlassablement conté par Clint Eastwood, qui, de «Dirty Harry» (1971) à «Impitoyable» (1992), a pourtant insinué le doute chez ses personnages et dans les valeurs belliqueuses et nationalistes américaines.



ENTREtenir SA SANTÉ POUR PROFITER AU MIEUX DE SA RETRAITE

A quoi bon tous ces efforts, soigner son argent et son patrimoine, si la santé ne suit pas? Le moment venu, si tout a été prévu pour maintenir son niveau de vie, il vaudrait mieux être en forme pour pouvoir en profiter. Alimentation, exercice physique, il ne faut rien négliger.

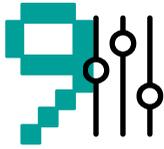
«Il est important de ne pas vouloir absolument tout maximiser côté financier, insiste Thomas Wyss. Au lieu d'avoir un maximum d'argent, il faut peut-être se concentrer sur des aspects santé, jouir de la vie tout au long de celle-ci et pas seulement à la fin.» Christophe de Jaeger confirme: «La chose la plus importante, c'est la gestion du stress. Ensuite il y a le sport, l'hygiène de vie, sans oublier tous les toxiques, comme l'alcool ou le tabac.»



PROFITER DE LA FORCE DU FRANC SUISSE POUR INVESTIR À L'ÉTRANGER

Depuis que la Banque nationale suisse a supprimé le taux plancher de 1,20 franc pour 1 euro, la valeur de la monnaie helvétique s'est renforcée. L'occasion d'investir à l'étranger, dans la pierre par exemple? Pas si simple.

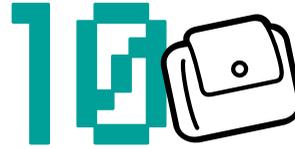
«Dans une perspective de recherche de performance, un bien à Berlin pourrait être plus intéressant qu'un bien à Zurich. Mais une plus grosse somme d'argent investie ne garantit aucunement un meilleur rendement, comme on pourrait le penser en achetant un bien immobilier à l'étranger avec un pouvoir d'achat suisse», explique Philippe Lasser, de PLZ.



NE PAS DÉPENSER PLUS D'ARGENT QUE CE QU'ON GAGNE

Cela peut paraître évident, mais il est toujours bon de le rappeler. Ne pas se lancer dans de nouveaux crédits avant d'avoir fini de rembourser ceux déjà souscrits. Une base de 10% d'économies sur les sommes perçues est un bon point de départ pour épargner.

«C'est en principe vrai à mon avis, confirme Thomas Wyss. Mais c'est toujours la question de la limite de ses capacités de risque car c'est vraiment une question individuelle.» Si l'on sait par exemple que notre salaire va considérablement augmenter dans les années qui viennent ou encore que l'on s'apprête à recevoir un héritage, c'est une tout autre situation que de percevoir un salaire moyen toute sa vie. «Malheureusement, tout le monde n'a pas conscience de cela.»



IL N'EST JAMAIS TROP TARD POUR COMMENCER À ÉPARGNER

C'est un secret de polichinelle: en matière d'épargne, mieux vaut commencer jeune. Le plus tôt sera le mieux! Mais même à 50 ans, si l'on a joué la cigale jusqu'ici, il n'est pas trop tard. Cela demandera peut-être plus de risques et de revoir son train de vie.

«Nous avons souvent affaire à des clients qui arrivent à la retraite en se disant qu'il faut faire quelque chose, alors que globalement c'est trop tard, constate Thomas Wyss. Les plus jeunes doivent essayer de prendre des décisions pendant les cycles de vie qui font du sens, à 30, 40 et 50 ans.»

«La majorité de la population sous-estime son potentiel bien-être»



Trois questions à **CHRISTOPHE DE JAEGER**, médecin physiologiste, directeur de l'Institut de médecine et de physiologie de la longévité et fondateur de l'Institut de Jaeger.

Conseillez-vous à vos patients d'accepter de vieillir?

C'est une question à double tranchant. Certains médecins psychiatres disent qu'il faut faire le deuil de telle ou telle chose. Ce n'est pas la démarche de notre institut. Nous ne cherchons pas à faire miroiter à nos patients quelque chose qui n'existe plus. Mais ce n'est pas pour autant que tout se ferme. Il faut regarder ce qui se passe dans son corps. Et compenser les carences déterminées par un examen biologique approfondi. Il faut donc commencer par accepter ces carences pour y faire face et y remédier. Les gens qui sont dans le déni de

tout – la grande majorité – ont l'impression que parce qu'ils ne sont pas malades, ils sont en pleine forme. Ils ne soupçonnent pas leurs capacités et leur potentiel bien-être.

Le stress est pour vous l'ennemi public numéro 1. Pourquoi?

C'est le tueur insidieux majeur de notre population. Beaucoup de gens l'ont compris depuis longtemps, mais rien n'est fait, notamment au niveau des dirigeants d'entreprise. Il y a des gens qui se disent stressés mais qui ne le sont objectivement pas lorsqu'on fait des mesures biologiques. Et il y a ceux qui ne se disent pas stressés, mais qui le sont terriblement. Comme ils l'ont toujours été, c'est devenu leur état normal. Ce sont eux qui risquent l'infarctus, le diabète... Confrontées au stress, certaines personnes sont obligées de

prendre des médicaments, non pas pour se sentir mieux mais simplement pour survivre. Une situation absolument dramatique.

L'importance accordée à notre santé a-t-elle évolué ces dernières années?

On constate aujourd'hui l'émergence d'une population qui est de plus en plus concernée par sa santé, qui considère celle-ci comme son bien le plus précieux. Il peut y avoir des déclencheurs, un proche ou un ami qui tombe malade par exemple. On se rend compte tout à coup que notre santé n'est qu'apparente et qu'on a intérêt à la gérer. Ces gens se rendent compte que les grands conseils sont utiles mais pas suffisants. Se donner toutes les possibilités pour rester le plus longtemps possible en bonne santé, voilà l'objectif. La longévité n'a d'intérêt qu'en étant en bonne santé.

Investissement: quatre thèmes porteurs

Lancée début septembre par Swissquote, la plateforme Themes Trading propose des idées d'investissement basées sur des tendances. Voici quatre thèmes issus d'une quinzaine de secteurs sélectionnés par nos équipes.

Par Peter Rosenstreich, Head of Market Strategy, Swissquote

SENIORS



L'humanité est sur le point de connaître un changement majeur: du fait de l'allongement de l'espérance de vie et de la baisse du taux de natalité, le monde comptera bientôt plus de personnes âgées que de jeunes. Ce phénomène est particulièrement visible dans les économies développées, où le vieillissement de la population va devenir un vecteur de transformation de la pyramide des âges. La nouvelle génération de personnes âgées vivra beaucoup plus longtemps que ses parents, ce qui ne fera qu'exacerber la tendance et rebattra les cartes en matière de vieillissement: augmentation des coûts de santé, certes, mais aussi allongement de la vie active. Ne pensez pas que vos parents et grands-parents se contenteront de prendre leur retraite et de rester à la maison. Nombreux sont ceux qui chercheront un emploi à temps partiel, voire qui voudront entamer une nouvelle carrière.

Les États-Unis comptent actuellement plus de 100 millions d'adultes de plus de 50 ans, une population qui affiche un revenu annuel total de près de 2400 milliards de dollars. Il s'agit d'une génération qui a envie de dépenser de l'argent, contrairement à leurs aînés, qui

mettait l'accent sur l'épargne. Avec du temps libre et des revenus plus que confortables, les Américains de plus de 50 ans devraient dépenser plus de 230 milliards de dollars par an en biens de consommation et plus de 157 milliards de dollars en voyages.

À l'heure actuelle, la majeure partie des entreprises ciblent les jeunes générations et veulent attirer des clients à vie. Pourtant, certaines sociétés plus progressistes cherchent à calibrer leur offre pour attirer ces nouveaux consommateurs. Capables de créer des produits et des services adaptés à la demande de ce segment, elles seront capables d'engranger des gains non négligeables.

Pour construire ce thème, Nous avons sélectionné ces titres en nous basant sur une stratégie GARP (Growth at a reasonable price) pour isoler les capitalisations boursières les plus attrayantes. L'investissement GARP a été popularisé par Peter Lynch, un célèbre gérant d'actif. Cette stratégie associe composantes de l'investissement axé sur la croissance et composantes de l'investissement axé sur la valeur, en examinant les actions de manière individuelle.

ROCHE	NOBEL BIO CARE (DANAHER)
NOVARTIS	
NOVO NORDISK	NORWEGIAN CRUISE LINE
ORPEA	
KORIAN	CARNIVAL
ESSILOR	SOL MELIA
L'ORÉAL	TUI
POLA ORBIS	DAIMLER-BENZ
SVENSKA CELLULOSA AB	BMW
STRAUMANN	AUDI
SONOVA	GOOGLE

RESPONSABILITÉ SOCIALE



Aujourd'hui, les investisseurs ne demandent plus seulement des performances financières aux entreprises sur lesquelles ils se positionnent. Ils

cherchent activement à bâtir des portefeuilles qui reposent sur les valeurs et le sens moral des entreprises (sans pour autant sacrifier les rendements). De manière générale, les entreprises socialement responsables, qui s'intéressent aux questions qui les touchent de près, affichent des performances plus robustes et moins volatiles sur le long terme. Selon la fondation US SIF, l'investissement durable et responsable a dépassé 6000 milliards de dollars aux États-Unis en 2014. Le concept de gestion responsable est devenu un principe clé pour de nombreux investisseurs.

L'objectif de ce thème est d'identifier les entreprises qui investissent concrètement pour améliorer leurs performances sur les questions environnementales, sociales et de gouvernance, et qui placent la responsabilité sociale au cœur de leur culture d'entreprise.

COMPAGNIES AÉRIENNES DES PAYS ÉMERGENTS



Si la demande en transport aérien progresse à l'échelle mondiale, elle explose sur les marchés émergents. Généralement aussi peuplés que vastes,

les pays émergents se caractérisent par des réseaux routiers sous-développés, qui font de l'aérien le mode de transport le plus efficace. Par ailleurs, l'envolée des revenus disponibles permet à une part croissante de la population d'avoir accès aux compagnies à bas coût.

Le chiffre d'affaires des compagnies aériennes a atteint 746 milliards de dollars en 2014, porté par l'expansion des compagnies à bas coût sur les marchés en développement. Le prix des avions a progressivement reculé et les taux d'intérêt sont bas, ce qui permet d'agrandir les flottes à des coûts de financement avantageux. En outre, les prix du kérosène touchent leur plus bas niveau depuis six ans, les compagnies aériennes font profiter leurs clients des économies réalisées. Les marchés émergents ont le vent en poupe, ce qui devrait être une excellente nouvelle pour le transport aérien.

OPPORTUNITÉS CHINOISES



Les valeurs chinoises viennent de connaître l'un des effondrements les plus spectaculaires de l'histoire de la finance. La spéculation des particu-

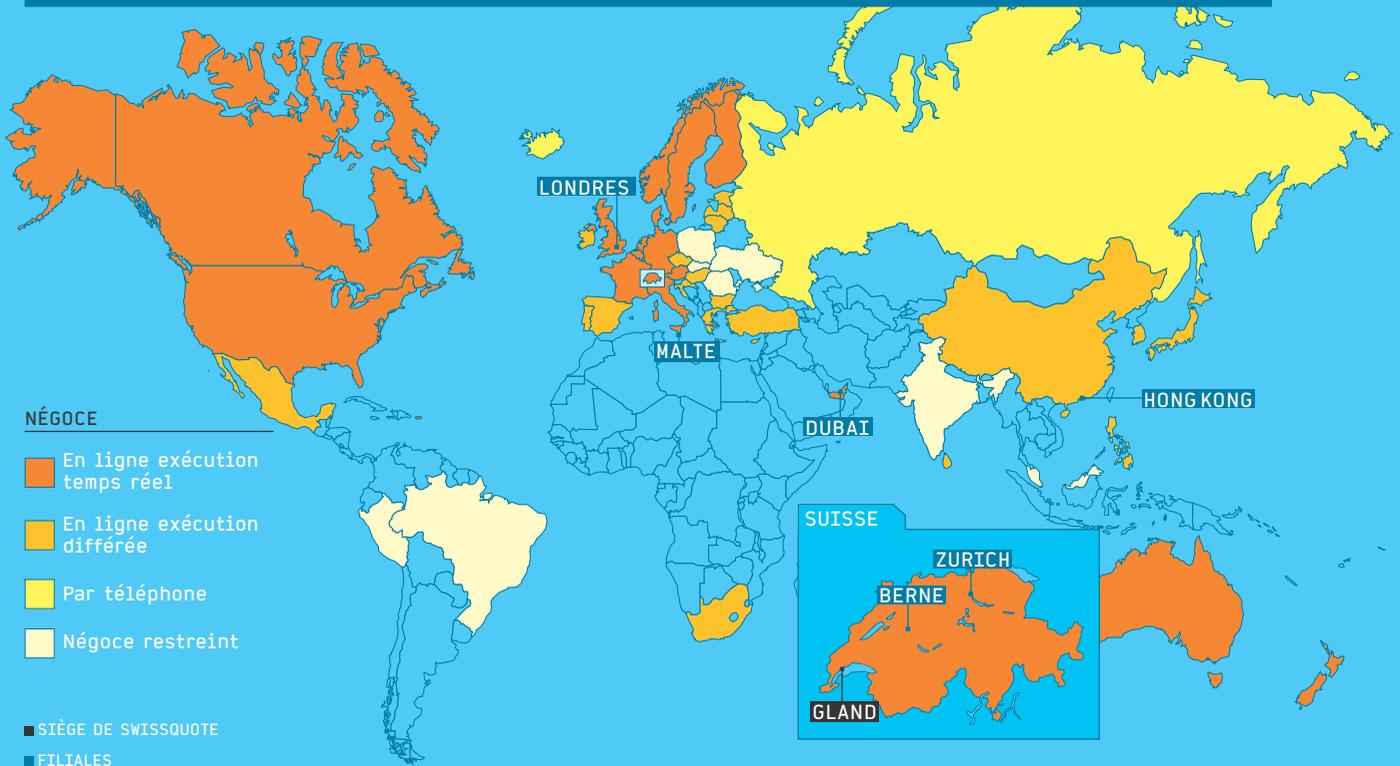
liers, le manque d'opportunités d'investissement pour les citoyens et les perspectives économiques ont fait flamber les actions. Mais les choses se sont dégradées lorsque la bulle a fini par éclater. La correction des marchés boursiers s'est intensifiée. Les dirigeants chinois ont rapidement réagi en assouplissant la politique monétaire, dévaluant le yuan et adoptant des mesures destinées à limiter le trading spéculatif.

Pourtant, les perspectives de croissance de la Chine semblent extrêmement encourageantes à moyen et long terme. Avec des actions bon marché et la probabilité de nouvelles mesures de relance à venir, le rebond semble intéressant. Avec ce thème, nous sélectionnons les sociétés chinoises qui nous semblent attrayantes, dont les bilans sont équilibrés, qui possèdent des ratios de résultats solides et affichent des flux de trésorerie stables.

Plus d'informations sur www.swissquote.ch/themes-trading

Partagez votre expérience utilisateur via le hashtag **#ThemesTrading**

LA CARTE DU TRADING GLOBAL



MAIS SWISSQUOTE OFFRE BIEN PLUS ENCORE

- **Portail d'information** swissquote.ch avec service en temps réel gratuit pour les clients de la banque.
- **Outils innovants** pour la gestion patrimoniale privée (e-Private) et/ou l'analyse de titres.
- **Compte bancaire** en temps réel multi-monnaies, compte dépôts titres, service de paiements en ligne, négoce de papiers-valeurs à prix discount.
- **Négoce d'actions** en temps réel sur les principales places boursières mondiales (cf. carte). Parmi les nouveautés:
 - Hong Kong Stock Exchange,
 - Australian Stock Exchange,
 - New Zealand Exchange Ltd. - Wellington,
 - Bangkok Stock Exchange,
 - Nasdaq Dubai Ltd.
- **Négoce d'options** et de futures en direct sur les principaux marchés à terme:
 - Eurex
 - CME - Chicago Mercantile Exchange,
 - ISE - International Securities Exchange.
- **Négoce en temps réel** de warrants et autres produits dérivés ou structurés (Euwax et Swiss Dots, qui donne accès à 45'000 produits dérivés).
- **Fundshop:** plus grande plateforme suisse de négoce de fonds de placement (plus de 8'000 produits en ligne).
- **Négoce d'obligations** (plus de 40'000 produits).
- **eForex** (devises et métaux précieux): plus de 70 paires de monnaies disponibles via notre technologie innovante FXBook (spread dès 1,8 pip, levier de 100:1).
- **Compte d'épargne** innovant et compte prévoyance 3a.
- **Hypothèque** en ligne.
- **Devises:** négoce sur devis (spot, terme, swap, options).
- **Crédit lombard.**
- **Dépôts à terme** et placements fiduciaires.
- **Cartes de crédit** (Visa, Mastercard).

CENTRE D'APPELS MULTILINGUE

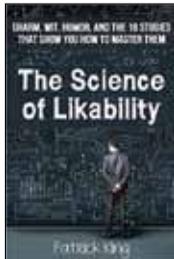
OUVERT DU LUNDI
AU VENDREDI
DE 08:00 À 22:00
T. 0848 25 88 88
T. +41 44 825 88 88

WWW.SWISSQUOTE.CH

À LIRE

THE SCIENCE OF LIKABILITY: CHARM, WIT, HUMOR, AND THE 16 STUDIES THAT SHOW YOU HOW TO MASTER THEM

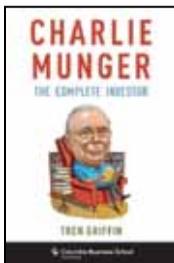
Par Patrick King (Plain Key Media)



Se faire des amis rapidement, négocier ce que l'on veut, ou encore gagner la confiance d'autrui: l'ouvrage de Patrick King promet beaucoup. Ce spécialiste des interactions sociales a rassemblé seize études psychologiques et en a fait un guide pour devenir «likable», autrement dit plaire aux autres. A l'aide d'exemples, le lecteur apprend notamment comment une situation a priori mauvaise peut être tournée à son avantage.

CHARLIE MUNGER: THE COMPLETE INVESTOR

Par Tren Griffin (Columbia University Press)



Ne pas prendre en compte ses émotions lors d'un investissement: c'est le conseil qui a fait le succès de Charlie Munger. L'homme d'affaires américain, principal associé de l'investisseur Warren Buffett, a développé un modèle mental mêlant économie, psychologie et management afin d'éviter les mauvais jugements. Tren Griffin nous présente la théorie de Charlie Munger, considéré par certains comme le meilleur investisseur au monde.

À TÉLÉCHARGER

SIMPLIFIER LES REUNIONS

[iPhone, iPad, Android]



Plus besoin d'être sur place pour assister à une réunion. L'app du géant informatique Cisco permet de se connecter avec n'importe qui, n'importe où et à tout moment. Pour cela, un écran relié à internet et une connexion audio suffisent. Pendant une vidéoconférence, il est également possible de s'échanger des fichiers ou encore d'enregistrer la réunion. Pratique.

WebEx
Gratuit

REMETTRE A PLUS TARD

[iPhone, iPad, Android]



Pocket permet de sauvegarder du contenu trouvé sur le net pour y revenir plus tard. Que cela soit depuis un navigateur internet ou depuis des applications comme Pulse ou Twitter, les éléments sauvegardés seront disponibles ultérieurement sur différents appareils, même sans connexion internet.

Pocket
Gratuit

CENTRALISER LES APPS

[iPhone, iPad, Android]



A l'origine de la création de Slack se trouve le constat que la communication interne d'une entreprise et la gestion de l'information sont deux enjeux primordiaux. Cette app se veut une plateforme regroupant en un seul et même endroit toutes les applications de gestion de tâches, d'information et de communication. Twitter, Dropbox et autres Google Drive ne feront plus qu'un.

Slack
Gratuit

CONTRER LE JET LAG

[iPhone, iPad, Android]



Entrain, développé par l'Université du Michigan, aide les amateurs de longs-courriers à se remettre plus facilement du décalage horaire en leur proposant des programmes personnalisés. En fonction du rythme de vie et de la destination, l'app fournit des conseils pour limiter les effets du jet lag.

Entrain
Gratuit

AUTOMOBILE

CULTURE POP ET VOITURES

TOP

Au-delà des clichés – Walkman sur les oreilles et baskets Nike aux pieds – les années 1980 ont aussi produit quelques véhicules intéressants. L'attrait croissant pour les «youngtimers» marque le retour en grâce d'une décennie mal-aimée.

Par Philipp Müller

Les amateurs de belle mécanique regardent souvent de haut la production des eighties, les «années plastique» durant lesquelles les constructeurs ont mis au rencart les fiers pare-chocs chromés et les couleurs vives, jugés aussi ringards que les phares ronds. Mais cette période, qui succède aux affres de la crise pétrolière, renoue aussi massivement avec les modèles sportifs. A partir de 1980, les garanties contre la rouille – le grand mal du passé – se généralisent et les motorisations font de plus en plus souvent appel à l'injection voire à la suralimentation, en essence comme en diesel. Les retombées techniques des sports mécaniques ne sont pas feintes: le Paris-Dakar est alors une vraie épopée et le championnat du monde des rallyes connaît ses plus belles heures, quand bien même de tragiques accidents scelleront bientôt le destin des fantastiques courses du «Groupe B».

NOUVEL ÉLAN

Simultanément, l'industrie crée les premiers «supercars», des autos qui affichent plus de 400 chevaux et franchissent allégrement les 300 km/h grâce aux turbocompresseurs qu'elles embarquent. Fragilisée par une diversification de gamme hasardeuse, Porsche

redore son blason en lançant en 1986 la très technologique 959, une voiture qui fait l'apologie des quatre roues motrices bien avant l'heure. Ferrari rétorque avec la 288 GT0 puis la F40 en 1987, le modèle qui déclenchera de folles spéculations sur tout objet frappé d'un cheval cabré.

Une Golf GTI II d'avant 1990 en bon état vaut facilement 10'000 francs aujourd'hui

Des changements s'opèrent aussi parmi les principaux acteurs du secteur. Les marques japonaises – adeptes des labels 4WD et 16S – deviennent conquérantes sur des marchés qui sont plus nationaux qu'aujourd'hui et sur les routes où roulent encore des Talbot, Austin ou Autobianchi. C'est aussi l'époque où l'on paye sa voiture en espèces, où l'on s'offre un autoradio K7, deux vitres électriques et des jantes en alliage de 13 pouces comme signes de richesse. Le débat sur la «mort des forêts» bat son plein



Toyota MR2 (1985)

et c'est dans ce contexte que la Suisse impose en 1986 le catalyseur, faisant ainsi figure de pionnière en Europe.

EN QUÊTE DE CARACTÈRE

En 2015, les «quadras» gardent un souvenir ému des GTI des années 1980, le caractère pointu des premiers blocs à 16 soupapes de presque 150 chevaux montés dans des caisses qui pesaient moins d'une tonne. Et cette nostalgie des saveurs brutes fait recette: aujourd'hui, une VW Golf GTI II d'avant 1990 en bon état vaut facilement 10'000 francs. Une Lancia Delta HF Integrale se négocie le double, signe que la demande pour les

«youngtimers», autrement dit les voitures âgées de 15 à 30 ans, s'intensifie. Cela vaut aussi pour de plus sages berlines. Bien sûr, le style carré des années 1980 et les rondeurs «bio» des années 1990 ne déclenchent pas le même émoi que les silhouettes filigranes de leurs aïeules. Mais il existe tout de même quelques icônes dignes de figurer dans le grand temple du design automobile. Aux côtés de l'obsédante Testarossa pourraient figurer dans cette collection: l'Audi Quattro (1980), les cubiques Volvo 740 (1984) et Fiat Panda (1980), le «sacré numéro» Peugeot 205, les élégantes Alfa Romeo 164 (1987) et Mercedes 190 (1982)



Volvo 740 GL (1984)

VW Golf GTI [1983]



ou encore les cunéiformes Citroën XM (1989), Toyota MR2 (1984) et BMW Série 8 (1989). Autant de modèles disponibles – pour combien de temps encore? – pour une petite fraction de leur prix en neuf... Mais encore faut-il en trouver un exemplaire!

Pour cela, il n'est plus nécessaire d'écumer les arrière-cours des garages de province ni les petites annonces de l'épicerie du coin. Les plateformes de vente en ligne ont compris l'intérêt croissant que suscitent les voitures anciennes, et futures anciennes. Chez Car4You, l'interface de recherche prévoit une case à cocher intitulée «youngtimers», permettant de mieux cerner l'objet convoité. «Il y a encore peu de garagistes présents, ce sont surtout des annonces de particuliers, indique le directeur marketing du site, Gianfranco Galati. En introduisant la catégorie youngtimers il y a deux ans, l'idée était justement de faciliter les connexions.»

Gianfranco Galati reste prudent au sujet des tendances: «Il est difficile de dire si le marché des youngtimers, qui représente aujourd'hui un petit volume de l'offre, va vraiment se développer. Car il est évolutif, contrairement à celui des «oldtimers», qui est par nature statique. Plus ça avance, plus les voitures sont dotées d'électronique, alors que les amateurs recherchent plutôt la mécanique, l'authenticité.» Voilà qui n'est pas de très



RETOUR VERS LE FUTUR

La dernière génération d'Audi TT, comme du reste la VW Passat, fait l'apologie de l'instrumentation numérique grâce à une large dalle TFT qui détrône les classiques compteurs à aiguille. Cette solution permet d'afficher et de configurer à peu près toutes les informations imaginables dans le champ de vision immédiat du conducteur. L'idée du tableau de bord entièrement numérique n'est toutefois pas nouvelle. Dans les années 1980, les affichages à cristaux liquides incarnaient la modernité: on les retrouvait, par exemple, à la télévision dans la série «K2000», mais aussi dans les modèles haut de gamme de plusieurs marques, à l'instar de la Subaru XT, de la Renault 21 ou de l'Aston Martin Lagonda.

bon augure pour les voitures actuelles, qui manqueront peut-être leur retraite dorée. Les voitures des années 80 seront-elles par conséquent les dernières youngtimers à générer de l'intérêt? La réponse sera forcément plus nuancée. Mais dans un avenir où se profile le règne de la voiture autonome et liberticide, on se prend déjà à rêver d'une DeLorean apte à remonter le temps... ▲



LA NOUVELLE MINI CLUBMAN.

Chic, grande, pleine de caractère: bienvenue à bord de la toute nouvelle MINI Clubman. Dotée de 6 portes, d'une boîte automatique à 8 vitesses et d'un coffre de 360 litres, elle constitue une classe à elle seule sans pour autant renoncer aux valeurs MINI. Soyez parmi les premiers à découvrir la nouvelle MINI Clubman en effectuant un essai sans engagement. Rendez-nous visite!

**Facchinetti Automobiles
(Genève-Meyrin) SA**
Rue Lect 33
1217 Meyrin
Tél. 022 989 08 90

**Facchinetti Automobiles
(Gland-Vich) SA**
Rte de l'Etraz 2
1267 Vich
Tél. 022 354 03 03

Facchinetti Automobiles SA
Av. des Portes-Rouges 1-3
2000 Neuchâtel
Tél. 032 720 22 22

www.facchinetti.ch

SUIVEZ VOTRE INSTINCT.



VOYAGE

ISTANBUL, MORE IS MORE

La métropole bicontinentale fait partie des destinations à la mode. Mais elle a bien plus à offrir au visiteur qu'une aventure d'un week-end. Bienvenue dans la ville monde.

Par Catherine Cochard

Chaque année au début du mois de septembre, Istanbul est l'hôte d'une importante foire d'art moderne et contemporain: Artinternational.



On dit d'Istanbul qu'une vie ne suffirait pas pour en découvrir toutes les richesses. C'est sûrement vrai: cette fourmilière – qui compterait entre 12 et 14 millions d'habitants, les sources divergent – est un carrefour de civilisations, le lieu où l'Europe et l'Asie se rencontrent et où plusieurs siècles d'histoire et de culture se mélangent. Située à moins de quatre heures de vol de nombreux pays européens, asiatiques et moyen-orientaux, la cité turque est depuis quelques années prise d'assaut par les adeptes de séjours de quatre ou cinq jours.

Celui qui se rend à Istanbul pour la première fois ne doit pas faire l'impasse sur un certain nombre d'incontournables. Des lieux touristiques, certes, mais qui appartiennent au patrimoine de l'humanité. Comme Sainte-Sophie, cette église située dans le quartier de Sultanahmet qui fut construite au IV^e siècle par l'empereur Constantin. D'abord lieu de culte pour les chrétiens, elle est convertie en mosquée en 1453, lorsque le sultan Mehmet le Conquérant s'empare de Constantinople. Quelque 500 ans plus tard, en 1935, le président Atatürk décide d'en faire un musée pour que tout le monde puisse en profiter.

BONNES ADRESSES**AU PETIT MATIN**

Le Kafe Ara, à Beyoğlu. Pas d'endroit mieux que celui-ci pour dévorer un petit déjeuner turc. Ce café-restaurant appartient au photojournaliste d'origine arménienne Ara Güler. Mondialement connu, l'octogénaire est surnommé «l'œil d'Istanbul». Il a été le premier correspondant du «Time» au Proche-Orient lorsque le célèbre magazine a ouvert un bureau en Turquie en 1958.
www.kafeara.com

**LE SOIR VENU**

Alanca, à Beşiktaş, un restaurant de gastronomie turque contemporaine. La carte n'est pas donnée, mais le menu «Anatolie», une dégustation de différents mets aux saveurs d'Asie mineure, vaut le détour!
www.alanca.com



Non loin de là se trouve un autre must, la Mosquée bleue, en référence aux couleurs des mosaïques de ses voûtes et murs intérieurs. Le palais de Topkapi, à proximité lui aussi, cultive le faste de l'Empire ottoman. Constitué de plusieurs bâtiments, le complexe a servi de résidence au sultan pendant près de 400 ans. Il y logeait ses femmes et y conservait ses trésors joyailliers. Enfin, toujours dans le quartier, le Grand Bazaar reste un passage obligé pour boire un café turc, humer les épices ou marchander un tapis.

ÉPICENTRE DE LA CRÉATION

Une fois que le visiteur aura vu ces incontournables, il pourra se dédier à la découverte de la ville comme la vivent ses habitants âgés de 20 à 40 ans. A l'instar de Londres, Barcelone ou Berlin, Istanbul cultive sa réputation d'épicentre créatif et festif. Art, mode ou design: parmi les talents émergents de la scène internationale se trouvent un nombre croissant de Turcs, comme l'artiste contemporain Taner Ceylan, les stylistes Umit Benan et Bora Aksu ou le duo de designers Autoban.

Si la création se sent si bien ici, c'est en partie parce que le pays connaît depuis une dizaine d'années une embellie économique. Avec une croissance avoisinant les 10% en 2010 et 2011, le pays a même rejoint le peloton de tête des nations émergentes. Cet accroissement des richesses, dans un pays comme la Turquie culturellement porté sur l'ornementation, s'affiche clairement. Dans les rues, les voitures de luxe pullulent et les femmes stambouliotes portent les dernières collections des marques de mode les

plus chères du marché, tout en arborant un sourire ourlé plus vrai que nature, bien souvent assorti d'un nez standardisé. A Istanbul, les codes de l'art de vivre international ont depuis longtemps été assimilés par la jeunesse dorée, qui n'a peut-être jamais aussi bien porté son nom qu'ici...

BELLES NANTIES SUR FOND ROSE
Plusieurs fois par an depuis 1988, Domenico Filippini, conseiller artistique pour UniCredit à Milan, se rend à Istanbul pour rencontrer des collectionneurs et les conseiller dans leurs acquisitions. La jeunesse dorée

stambouliote, il la côtoie régulièrement au House Cafe dans le district über chic d'Ortaköy. Une adresse avec terrasse sur le Bosphore qu'il recommande vivement pour boire un verre, profiter de la vue sur la ville tout en observant les belles nanties. «Et pour comprendre pourquoi la Corne d'Or (l'estuaire qui se jette dans le Bosphore, ndlr) se nomme ainsi, il faut se rendre à la tombée du jour sur le toit de l'hôtel Pierre Loti.» Sur le fond rose du coucher de soleil, les lignes des ponts et les silhouettes des mosquées alentour se dessinent. A couper le souffle.

Mais le quartier que préfère Domenico Filippini reste Beyoğlu. Le cœur culturel d'Istanbul, là où se trouvent les meilleures galeries (Arter, Rodeo, Galerist, Öktem & Aykut et, dans le quartier voisin de Besiktas, Rampa), musées et espaces d'art (comme Istanbul Modern et SALT). Mais dans le coin, il n'y a pas que de la nourriture pour les yeux et l'esprit. «Il faut à tout prix goûter aux fantastiques böreks sucrés d'Özen Börekçisi», ajoute notre interlocuteur. Et plus tard, une fois l'estomac remis d'aplomb, se diriger vers le toit de l'hôtel Mama Shelter et son bar, une adresse

ENCORE UN PEU PLUS TARD

Dans un autre genre, Sur Balık dans le quartier d'Arnavutköy. Un hommage aux produits de la mer et à la cuisine stambouliote d'origine, soit d'avant les années 1970 et le déversement des influences d'Anatolie dans la gastronomie de la ville.
www.surbalik.com



LE LENDEMAIN D'HIER

Pour se remettre de la nuit festive, prendre un bateau – par exemple depuis les embarcadères de Kabataş, Kadıköy ou Bostancı – et voguer jusqu'aux îles des Princes où les voitures sont interdites et où l'on se déplace à dos d'âne. Lorsque les températures le permettent, on peut même se baigner et se prélasser sur les différentes plages. Et s'il ne faut choisir qu'une des cinq îles, Metin Ilktekin recommande Heybeliada, la plus petite mais aussi la plus charmante.



cool et décontractée pour commencer la soirée.

POISSON ET RAKI TOUTE LA NUIT Stambouliote depuis six ans, Metin Ilktekin – né et grandi à Zurich de parents turc et hollandais – partage avec les hipsters du monde entier un habitus de classe. Il connaît la ville comme sa poche. Hormis Beyoglu, il recommande le quartier Moda, sur la rive asiatique, «pour son ambiance bohème et relax qui attire de nombreux musiciens et artistes» et conseille – côté européen – de se promener à Arnavutkoy, un quartier «assez cher mais authentique» fait de maisons en bois.

Autre conseil du trentenaire: aux «infâmes» clubs pour nouveaux riches (Reina, Lucca ou Angélique) situés entre Ortaköy et Bebek sur les rives du Bosphore, préférer ceux de Beyoglu. «C'est là que le soir venu se retrouvent les cool kids. Pour moi, Minimuzikhol est le meilleur club électro de la ville. Fréquenté par les artistes turcs émergents, les excentriques et les «socialites» du monde entier, l'ambiance y est «berlinoise».

Concerts, festival, clubbing... Istanbul divertit généreusement ses hôtes et citoyens. Mais pour être vraiment raccord avec les habitudes locales, il faut s'asseoir à la table d'un des nombreux Meyhanes de la ville, l'équivalent d'une taverne. «On se retrouve entre amis et toute la nuit on boit du raki et on mange du poisson, explique Metin Ilktekin. Tous les Stambouliotes aiment passer leurs soirées ainsi.» ▲

DEUX FOIRES ET UNE BIENNALE

Istanbul apprécie l'art contemporain au point qu'elle lui dédie chaque année deux foires et tous les deux ans une biennale, la plus importante manifestation de ce type au Moyen-Orient, si l'on considère la ville turque comme la porte d'entrée de cette région du monde.

ARTINTERNATIONAL prend place au début du mois de septembre et vise une clientèle internationale de collectionneurs. Les galeries présentes lors de cet important événement du calendrier de l'art contemporain mondial participent pour la plupart d'entre elles aussi aux différentes éditions d'Art Basel ou de Frieze.



Contemporary Istanbul, c'est l'autre foire d'art contemporain stambouliote qui a lieu tous les mois de novembre (du 12 au 15 cette année). Plus commerciale, moins élitiste, les œuvres en vente intéressent surtout les acheteurs locaux. Les dîners et «parties» organisés le soir venu chez les collectionneurs seraient fastueux et complètement déjantés.



Tous les deux ans, la biennale se déploie dans toute la ville et même sur les îles au large. Lors de cette manifestation, qui a lieu cette année jusqu'au 1^{er} novembre, le travail de la crème des artistes contemporains internationaux est présenté. Cette année, on recommande particulièrement de visiter l'exposition «How did we get here?» à l'espace SALT dans le quartier de Beyoglu. Un accrochage qui remonte le fil des événements des années 1980 au début 2000. Entre coups d'Etat, persécution des minorités, émancipation, féminisme et grands travaux architecturaux, c'est un condensé sensible de l'histoire contemporaine d'Istanbul qui attend le visiteur.

CHAMPAGNE

Laurent-Perrier

MAISON FONDÉE
1812

Cuvée Rosé.
Inimitable.



ÉVASION

Berne

Danses ardentes



DR

Danse contemporaine et décorum vintage à Berne, ville qui troque volontiers son rigorisme protestant contre une douce vita en connexion avec le fleuve et la nature environnante.

TANZ IN. BERN

Née comme la Reitschule du mouvement de révolte des jeunes dans les années 1980, la Dampfzentrale a suivi une tout autre trajectoire que sa bouillonnante et autonome frangine du haut de la ville. Consacrée à la danse et à la musique, la programmation du centre culturel est professionnelle, pointue et subventionnée par les deniers publics. L'ancienne usine hydraulique se garnit même d'un public élégant les soirs de première.

Chaque année fin octobre, le festival Tanz in. Bern constitue le traditionnel temps fort de l'institution. Pendant plus de deux semaines, des créations de danse contemporaine suisses et internationales, dont une série de premières, sont présentées aux amateurs du bel art. Annoncées pour cette édition, la compagnie belge Rosas de la légendaire Anne Teresa de Keersmaeker, à qui Beyoncé a tout piqué, ou la jeune chorégraphe cap-verdienne Marlene Monteiro Freitas, dont le travail passe par le déguisement burlesque, les grimaces et d'autres techniques qui révèlent l'étrangeté du corps.

TANZ IN. BERN

Du 22 octobre
au 7 novembre 2015
Dampfzentrale
Marzilistrasse 47
Berne
WWW.DAMPFZENTRALE.CH

BONNES ADRESSES

▲ Maison d'hôtes Fleury's

Dans le quartier de Monbijou, l'artiste Jean-Damien Fleury a converti une belle bâtisse Art Nouveau en Bed & Breakfast dont les chambres inspirent confort, repos et solennité. Des expositions y sont régulièrement organisées.

Dapplesweg 15
Berne
031 372 01 60
WWW.FLEURYS.CH

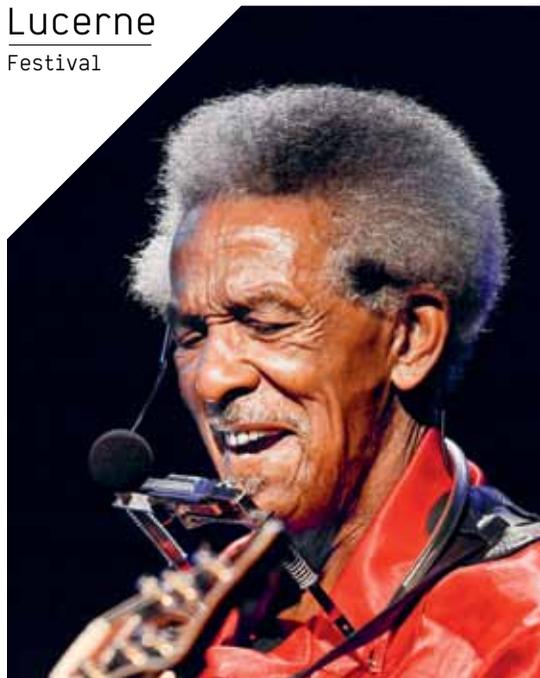
▲ Zum blauen Engel

Dérobé au regard par une végétation luxuriante, ce restaurant a des airs de brocante enchantée. On y mange une excellente cuisine de saison.

Seidenweg 9B
Berne
031 302 32 33
WWW.ZUMBLAUENENGEL.CH

Lucerne

Festival



SEAN RIDE

LUCERNE BLUES FESTIVAL De Lil' Jimmy Reed qui, à 76 ans, chante encore inlassablement les discriminations et la pauvreté en Louisiane, au «Soul Survivor» Willie Walker de Memphis qui a partagé la scène avec des pointures comme John Lee Hooker, le Blues Festival de Lucerne ne manque pas de légendes. Les jeunes pousses comme le groupe Low Society, qui mêle blues et rock, vont tenter de leur tenir la dragée haute. Pour le public, une occasion rare d'entendre ces voix du sud des Etats-Unis dans les décors feutrés du Grand Casino, de l'hôtel Schweizerhof et de l'hôtel Seeburg.

LUCERNE BLUES FESTIVAL

Du 7 au 15 novembre 2015 WWW.BLUESFESTIVAL.CH

BONNES ADRESSES

▲ Geissmatt

Le restaurateur Bruno Rampinelli propose une formule des plus élémentaires: pas de carte, juste un menu à midi et un autre le soir. L'assurance de manger des produits frais dans un cadre de bistrot chaleureux.

St. Karlstrasse 13A
Lucerne
041 361 13 13
WWW.GEISSMATT.CH

▲ Metzgerhalle

Cette institution lucernoise a récemment fait peau neuve. Une fresque de bison accueille désormais les visiteurs aux toilettes, tandis que l'espace café s'est doté d'une bibliothèque. Chaque semaine des concerts et une ambiance sans prétention.

Baselstrasse 1
Lucerne
WWW.METZGERHALLELUZERN.CH

Genève

Festival



© DUST INHABEN

PRÉSENCES ÉLECTRONIQUES Au Zoo de l'Usine, au Bâtiment des Forces Motrices et au théâtre du Grütli, le festival Présences Electroniques Genève, plus tendrement appelé PEG, propose une expérience d'écoute inédite, à travers l'usage de l'acousmonium. Ce système de diffusion du son recrée l'illusion d'un orchestre en spatialisant le son. Le PEG invite des artistes de différentes générations qui travaillent avec cette technologie, parmi lesquels John Paul Jones (membre fondateur de Led Zeppelin), l'Allemand Pantha du Prince ou encore le compositeur mexicain Murcof.

PRÉSENCES ÉLECTRONIQUES

Du 27 au 28 novembre 2015 WWW.PRESENCESELECTRONIQUES.CH

BONNES ADRESSES

▲ Rooftop 42

Au sommet d'un immeuble de la luxueuse rue du Rhône, le Rooftop 42 s'inspire des bars lounge new-yorkais et offre une vue splendide sur la rade de Genève. Les noctambules s'y retrouvent jusqu'à 2h du matin.

Rue du Rhône 42
Genève
022 346 77 00
WWW.ROOFTOP42.COM

▲ Nagomi

Petite taille mais réputation costaude pour ce restaurant japonais, dont on dit qu'il prépare les meilleurs sushis d'Europe! D'autres spécialités telles que le Agedashidofu (tofu frit) valent aussi le détour.

Rue de Zurich 47
Genève
022 732 38 28

BOUTIQUE



Une veste de course

Conçue par la marque helvète X-Bionic, la veste «for Automobili Lamborghini» met à profit l'énergie corporelle grâce à la 3D Bionic Sphere, un système de ventilation anti-transpiration qui permet d'augmenter les performances. Quant aux «Expansion Ribs» situés au niveau des épaules et des coudes, ils favorisent un pilotage dynamique et des manœuvres rapides.

www.x-bionic.fr

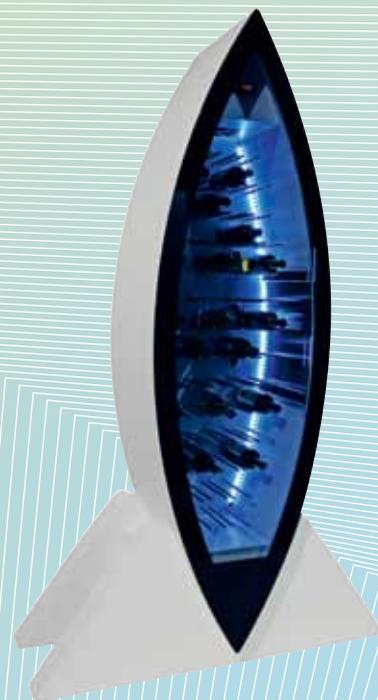
599.-

La cave ovni

Réglages différenciés de la température, de l'humidité et de la lumière en fonction des espaces de stockage, porte tactile et à ouverture télécommandée, éclairage intérieur par LED, la cave à vin des italiens Sand & Birch affiche une ligne futuriste du plus bel effet et peut, avec ses 2 mètres de haut, accueillir jusqu'à 60 bouteilles.

www.sandbirch.com

20'833.-



Bureau mobile

Un cartable qui se déploie pour se transformer en véritable bureau mobile, c'est l'invention de la marque française La Fonction. Une fois ouverte, la sacoche dispose de rangements pour téléphone, tablette, carnets et stylos sur les côtés ainsi que des rabats pour protéger l'écran de son ordinateur. Un must have pour les businessmen voyageurs!

www.la-fonction.com

Dès 410.-

En musique

Pour s'endormir au son de sa playlist préférée sans déranger son partenaire, l'oreiller DreamPad utilise l'ostéophonie, une technologie à base de vibrations qui envoie des ondes sonores via les os du crâne. Cinq programmes sont inclus, des chants de la mer à un best of de la musique classique. De quoi sombrer en douceur dans les bras de Morphée.

www.dreampadsleep.com

170.-





Plein les yeux

Reference est la dernière gamme de smart TV du fabricant d'électronique allemand Loewe. Des modèles connectés au design épuré qui associent une image ultra-HD et un son cristallin en 3D ainsi que des fonctions de streaming audio Bluetooth et d'enregistrement intégré grâce au Loewe Mobile Recording, le tout géré par une seule télécommande.

www.loewe.tv

Dès 5'990.-



Design sonore

Imaginé par le designer Thomas Feichtner pour la marque autrichienne Poet audio, le système sonore Pandoretta diffuse de la musique à 360 degrés grâce à sept haut-parleurs et à un amplificateur de 170 watts. En acier inoxydable brossé et posé sur des pieds en chêne ou noyer massif, il est équipé d'une connexion Bluetooth. Les mélomanes vont apprécier.

www.poetaudio.com

4'990.-

Fin du fin

Le raffinement ultime de l'amateur de havanes? Allumer son cigare avec un slim de S.T. Dupont. Le dernier-né de la marque de luxe affiche une épaisseur extra-plate de 7 mm et un poids plume de 45 g.

Doté d'une flamme torche ultra-résistante, le briquet le plus fin du monde se décline en cinq coloris: noir, blanc, chrome brossé, or jaune brossé ou cuivre brossé.



www.st-dupont.com

155.-



C'est du béton

Avec ses lignes à l'élégance brute, Anza, du studio de design américain Montaag, revisite la machine à expresso. Il en existe deux versions: l'une en Corian, laiton et teck, l'autre en béton, quartz et porcelaine. Des matériaux peu communs dans l'univers de l'électroménager. Pas de doute, George Clooney va être jaloux.

www.anzacoffee.com

2'840.-

BOUTIQUE

HORLOGERIE



Tout droit venu du ciel

Or, platine ou diamants, aucun matériau n'est trop précieux ni trop rare pour la haute horlogerie, pas même la pierre de météorite. En provenance de la ceinture d'astéroïdes située entre Mars et Jupiter et extraite d'un bloc ramassé en Suède, cette matière exceptionnelle habille le cadran de l'un des modèles iconiques de Jaeger-LeCoultre, la Master Calendar.

www.jaeger-lecoultre.com

12'000.-

L'heure responsable

La dernière-née de la maison Chopard? La LUC XPS Fairmined. Un garde-temps au boîtier extra-plat en or issu d'exploitations minières certifiées par l'Alliance for Responsible Mining, qui définit les normes de l'approvisionnement responsable en métaux précieux. Dotée d'une fonction chronomètre, l'édition limitée s'orne d'un élégant cadran couleur ardoise.



www.chopard.com

16'800.-



L'année de la Portugieser

IWC consacre l'année 2015 à la Portugieser, qui fête ses 75 ans. A cette occasion, la manufacture de Schaffhouse a revisité le design de la Grande Complication avec un cadran qui gagne en sobriété et une déclinaison en platine. Sommet de l'art horloger, le modèle se dote de 20 fonctions et affichages dont le calendrier perpétuel et la répétition minute.

www.iwc.com

250'000.-

Mise à nu

Cartier dévoile au grand jour les rouages de la Rotonde Astrotourbillon dans une version squelette. Une prouesse esthétique et technique qui place, comme en apesanteur au cœur de la montre, le mouvement mécanique manufacture à remontage manuel 9461 MC et sa complication Astrotourbillon avec rotation de la cage en une minute. L'ensemble est encadré par des ponts ciselés sous la forme de chiffres romains.

www.cartier.com

173'000.-



C'EST LA SAISON DU MILLION

+16
ans



TOUS LES BILLETS SONT
GAGNANTS

rmgdesign.ch

 Le Matin


LOTERIE
ROMANDE

www.loro.ch

Maquettes, mode & retards d'impôts



NOM
VAN ROOIJEN

PRÉNOM
JEROEN

ANNÉE DE NAISSANCE
1970

LIEU DE NAISSANCE ET DE RÉSIDENCE
FRAUENFELD (TG)

Jeroen van Rooijen a trouvé une manière polie de faire patienter les gens qui cherchent à le joindre. Une réponse automatique de messagerie dans laquelle il explique qu'il ne lit ses e-mails qu'une fois par jour, en général le matin. Et d'ajouter pour conclure: «J'espère que vous pourrez attendre 24 heures.» Une formule qui, à l'époque de l'ultra disponibilité, le distingue.

La distinction, c'est justement son domaine de prédilection. Expert des questions de style, Jeroen van Rooijen sait mieux que personne décrypter les marqueurs socio-culturels d'une tenue. Avant de devenir journaliste, il a étudié puis exercé le métier de styliste, en dessinant notamment des collections pour la chaîne de magasins suisses Jelmoli. Depuis le milieu des années 1990, il distille ses observations dans de nombreuses publications alémaniques et allemandes telles que la NZZ, GQ, Annabelle ou encore Boléro. Il rédige également des livres sur ces questions d'élégance, neuf au total jusqu'à présent.

Un épisode clé de votre enfance

Un jour, mon grand-père - tailleur de profession - m'a amené dans son atelier et m'a montré comment on découpait les pièces d'un vêtement et les assemblait en les cousant. C'est à ce moment que j'ai su que je voulais à mon tour apprendre ce métier.

Votre hobby secret

Construire des modèles réduits. De préférence des maisons ou des objets 3D en papier que j'imagine moi-même.

Quelque chose qui vous a inspiré récemment

La visite des ateliers du designer hollandais Piet Hein Eek. Ils se trouvent à Eindhoven, aux Pays-Bas, dans une ancienne usine de la marque Philips. Le visiteur qui a la chance de pouvoir se rendre sur place peut observer le cycle complet de la création d'un objet: de la naissance d'un concept à sa commercialisation (il existe un espace boutique sur place) en passant par toutes les étapes du prototype, de la production et de la fabrication.

Une chanson qui vous résume

«I've tried», de Peter Dinklage.

Un lieu qui vous a marqué – et pourquoi?

L'Untersee près de Kammern et Steckborn... Les paysages sont d'une beauté désarmante, l'air est pur et l'eau limpide. C'est là que j'ai grandi.

Vous gagnez 5000 francs en bourse.

Qu'en faites-vous?

Je paie mes impôts, avec lesquels je suis constamment en retard. Hélas.

Votre expression préférée

«Tout bientôt», une phrase qui induit une temporalité délicieusement floue. Pour moi, cette expression porte en elle ma volonté de rester maître de mon temps. Ne pas devoir donner un délai précis est aujourd'hui un luxe à l'heure où des sollicitations constantes - e-mails, réseaux sociaux, etc. - cherchent à nous distraire et nous plier à un autre rythme que le nôtre.

Votre juron préféré

«Allez au diable». Un juron qui fonctionne en général assez bien sans pour autant vous faire passer pour quelqu'un de grossier. ▲

Cartier



CLÉ DE CARTIER
MOUVEMENT MANUFACTURE 1847 MC

NÉE EN 1847, LA MAISON CARTIER CRÉE DES MONTRES D'EXCEPTION QUI ALLIENT AUDACE DES FORMES ET SAVOIR-FAIRE HORLOGER. LA MONTRE CLÉ DE CARTIER DOIT SON NOM À LA FORME UNIQUE DE SON REMONTOIR. LIGNES PURES ET PROFIL AFFIRMÉ, TOUT EST QUESTION DE PRÉCISION ET D'ÉQUILIBRE. UNE NOUVELLE FORME EST NÉE.

SWISS **DOTS**

SWISS DOTS SOUHAITE
LA BIENVENUE
À DEUTSCHE BANK,
UN NOUVEL ÉMETTEUR!

Accès aux marchés encore plus facile et flexible!

Négociez de gré à gré plus de 45'000 produits à levier en direct et en exclusivité. Une proximité avec les émetteurs sans pareil et une rapidité d'accès au marché inégalée.

swissquote.ch/swissdots

En partenariat avec

Goldman
Sachs

UBS

COMMERZBANK



Deutsche Asset
& Wealth Management



SWISSQUOTE
THE SWISS LEADER IN ONLINE BANKING