

CCIGinfo

Bulletin d'information de la
Chambre de commerce, d'industrie
et des services de Genève

moins
de papiers
plus
d'efficacité

devillard.ch

DU COPIEUR À LA GED

devillard

Commerce international

Des **délégations genevoises** étaient à Rio de Janeiro et à Pékin au début de l'été.

► PAGES 6-7

Innovation

Le pré-incubateur **-Pulse** vient d'être créé sous l'égide de la HES SO-Genève. Présentation.

► PAGE 9

Grand Genève

Le Léman Express ne sera pas qu'un train, mais un stimulant de l'économie régionale.

► PAGE 10

FINANCEMENT DES START-UP

De l'argent pour des idées

Pour la première fois en 2018, les investissements dans les start-up en Suisse ont franchi la barre du milliard de francs, en croissance de 31,8 % par rapport à l'an dernier. Genève n'est pas en reste, mais les efforts qui portent aujourd'hui leurs fruits doivent être poursuivis et consolidés. Comment se déroule le financement des start-up et quelles sont les phases délicates ? Tour d'horizon.

Photo by Pablo Hemplätz on Unsplash



Les projets technologiques, à l'origine de la plupart des start-ups, sont principalement issus de la recherche académique (qui permet l'accès aux laboratoires, couvre le salaire des chercheurs et peut éventuellement bénéficier d'une bourse). La Suisse excelle à ce stade, notamment au travers d'organismes tels qu'Innosuisse. Dès que le projet est constitué en société, intervient l'organisme chargé du transfert de technologie entre les mondes académique et économique (à Genève, il s'agit d'Unitec, voir

CCIGinfo de novembre 2016). Celui-ci a pour rôle de négocier la rémunération de l'Université/de l'institut de recherche, généralement autour de 5 à 10 % du capital. Ce processus, très professionnel en Suisse, constitue une véritable valeur ajoutée et explique que tant de start-up nationales sont actives dans la « deep tech ».

Les tours de financement des start-up, comme leur cycle de vie, sont à peu près identiques où qu'on se trouve ; seuls les montants changent selon le pays concerné (ils tendent à être deux fois plus élevés aux Etats-Unis par exemple). Le financement des jeunes pousses se déroule en plusieurs phases, rythmées par des jalons qui vont servir aux investisseurs de marqueur leur permettant d'évaluer les risques qu'ils prennent.

Phase d'amorçage (ou « Seed »)

C'est la période lors de laquelle la jeune société produit un prototype, qui constitue l'étape importante de

cette phase. Les montants nécessaires sont faibles, en général en dessous de 1 million de francs. Désormais, cette phase comporte souvent une période de « pré-seed », à l'issue de laquelle le prototype doit être produit. Elle permet de rassurer l'investisseur quant au risque technologique.

Dans cette étape, les investisseurs sont essentiellement des acteurs étatiques ou paraétatiques, qui n'investissent pas avec un objectif de rendement. Grâce à ses institutions telles que la Fongit, à Genève, mais aussi Venture Kick ou la Fondation pour l'Innovation Technologique du canton de Vaud, la Suisse est très bien positionnée dans ce segment.

La phase d'amorçage à proprement parler voit l'arrivée des investisseurs privés, sous la forme des « business angels ». Autrefois principalement composé d'individus disposant de quelques moyens, ce type d'investisseurs s'est professionnalisé. En Suisse, on connaît essentiellement

Business Angel Switzerland, le Swiss ICT Investor Club (SICTIC), investie ou encore GoBeyond. La fin de la phase d'amorçage est signalée par la création d'un pilote, produit ou service issu de la technologie développée. Ce pilote est vendu à un premier client, ce qui permet de démontrer l'intérêt du marché. « La fluidité du transfert de technologie est cruciale, dit **Antonio Gambardella**, directeur de la Fongit et membre du Conseil économique de la CCIG. La maturation du secteur de l'innovation est récente. J'ai bien vu, depuis mon arrivée, comment les processus se sont professionnalisés. Les importants montants levés en 2018 en sont la meilleure preuve ».

Deuxième phase : le financement en série A (A Round)

Le pilote a démontré la capacité à produire de la jeune société. C'est ici que se profile la fameuse « vallée de la mort » : tous les risques n'ont pas encore été levés et le besoin en capitaux devient très important puisqu'il s'agit de démarrer une production.

Il se trouve peu d'investisseurs au début de cette deuxième phase, en raison de la corrélation dangereuse entre montant requis et risques subsistants. Les investisseurs « au nez creux » interviennent alors que le besoin en fonds a atteint son maximum, au moment où les revenus de

Les risques pour l'investisseur

1. Le **risque technologique** : la technologie développée va-t-elle fonctionner ?
2. Le **risque produit** : la technologie développée peut-elle être transformée en produit ?
3. Le **risque de management** : le chercheur/créateur est-il en capacité de gérer une société ou de s'entourer des personnes idoines ?
4. Le **risque de marché** : existe-t-il un marché pour le produit ? Quel est le business model de la société ?

suite page 2

**PUBLIEZ VOTRE
OFFRE D'EMPLOI !**

emploi.unige.ch



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**
CENTRE DE CARRIÈRE

suite de la page 1 ►

VINCENT SUBILIA
Directeur général



Une rentrée dynamique passe par une fiscalité saine

Les données harmonisées de l'administration fédérale des finances, publiées le mois dernier, montrent que Genève reste le canton où la charge fiscale par habitant est la plus élevée. Ce que la CCIG soulignait dans sa brochure fiscale de 2016* demeure donc parfaitement d'actualité ! En effet, l'exploitation du potentiel fiscal à Genève dépasse tous les autres cantons en ce qui concerne la fortune (47,9 %) ou le bénéfice des entreprises (33,7 %). Ce n'est que pour l'imposition ordinaire du revenu (27,2 %) que Genève est devancée par six autres cantons.

En bref, les contribuables, personnes physiques et entreprises, ont de l'argent (c'est ce qu'on appelle le potentiel fiscal) et le canton les presse comme des citrons (le terme technique est « l'exploitation » fiscale : ce n'est pas nous qui l'inventons !). Dans le même temps, les dépenses par habitant (investissements compris) s'élèvent à 23 000 francs à Genève contre 15 000 à Zurich, canton urbain densément peuplé, confronté aux mêmes types de défis que Genève en termes de logement, de transport ou d'éducation.

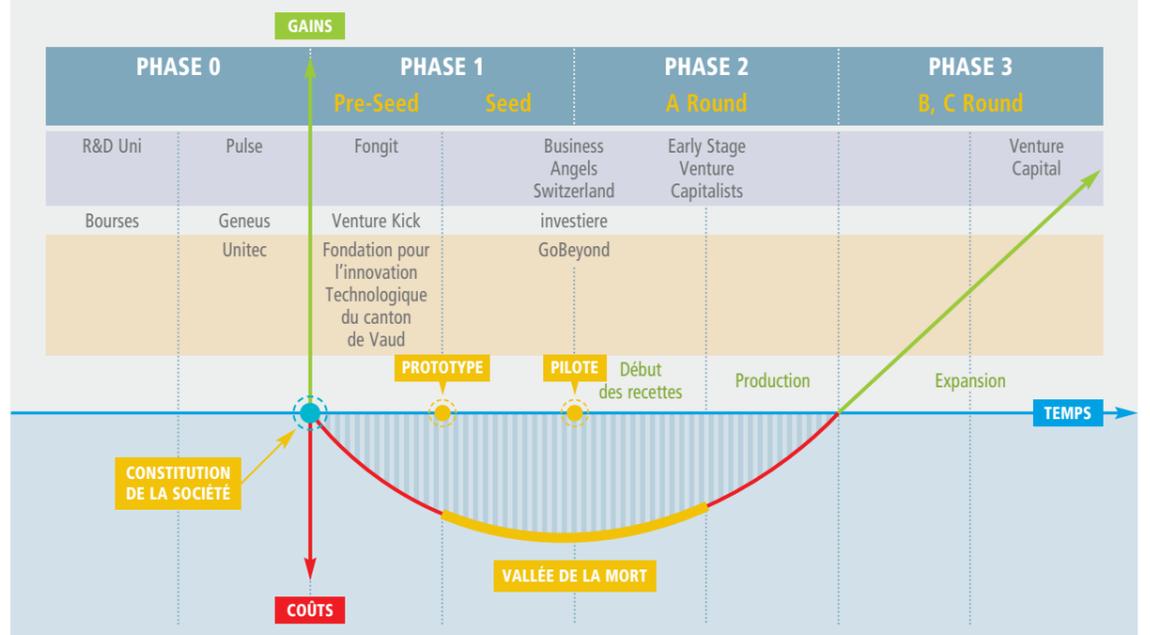
Plus préoccupant encore, le fait que les fortes dépenses des collectivités genevoises sont davantage liées au financement de nombreuses prestations, parfois difficilement compressibles, et au fonctionnement de l'administration, qu'à des investissements nécessaires pour l'avenir du canton.

Certes, la dette de l'Etat a diminué sensiblement depuis 2014 et des investissements en infrastructures conséquents ont été réalisés, et nous le saluons. Mais qu'on le veuille ou non, la compétitivité de la Suisse et de Genève sont sans cesse remises en question par la conjoncture internationale. Les principes de saine gestion de l'argent du ménage, que chacun applique, doivent aussi avoir cours dans le ménage étatique. Il ne s'agit pas d'exiger à tout va des diminutions linéaires des dépenses. Mais de veiller à ce que chaque franc dépensé le soit de manière efficace. Le canton a beau être riche, la politique de l'arrosoir n'est pas acceptable.

La fiscalité a toujours été au cœur des préoccupations de la CCIG, qui a publié sa première brochure fiscale en 1991, sous la présidence d'Ivan Pictet. Nous entendons continuer de garder un œil vigilant sur les finances publiques. Car plus elles sont saines, plus le canton dispose d'un levier appréciable pour piloter son avenir. Or, à Genève, cette marge de manœuvre demeure trop faible.

ÉDITORIAL

FINANCEMENT DES START-UP : PHASES ET INVESTISSEURS



la société devraient normalement décoller. Avantage : à ce stade, la valorisation de la société est encore faible. C'est le domaine du « early stage venture capital », autrement dit du capital-risque de démarrage. À la fin de cette phase ne restera plus que le risque de l'expansion commerciale (voir encadré page 1).

Troisième phase : le financement en séries B et C

Les investisseurs ont compris que la Suisse est intéressante. « Elle-même est comme une start-up, dit Antonio Gambardella, elle est en phase de croissance. Le pari de l'innovation fait par l'EPFL et le canton de Vaud a marché et l'arc lémanique est aujourd'hui bien connu pour ses start-up dans le domaine des medtech, notamment. Genève se profile en outre aussi en matière d'ingénierie et de blockchain. » Dans cette troisième phase, les entreprises cherchent à croître : c'est la phase du « scale up ». Cette étape attire de plus en plus d'investisseurs étrangers : ceux-ci ne sont pas encore trop nombreux sur le marché, les start-up dans lesquelles investir sont nombreuses et intéressantes et les prix d'achat encore faibles. Au fur et à mesure de l'afflux

des investisseurs, la concurrence les pousse à s'intéresser à des stades un peu plus précoces de développement des entreprises.

Consolider le cercle vertueux

Il est gratifiant de constater que des visions et des politiques portent leurs fruits. Mais, bien entendu, il ne faut pas penser que la Suisse est devenue LA terre de prédilection des start-up ; celles-ci doivent être sans cesse cultivées.

Si l'on a souvent pu regretter que le capital-risque soit, en Suisse, largement d'origine étrangère, – avec un risque concomitant de délocalisation de la société –, Antonio Gambardella voit les choses avec une priorité différente. Pour lui, encourager le capital-risque local n'est pas une fin en soi, mais il faut avant tout s'assurer que Genève et la Suisse continuent de faire naître de bons projets. Car « le marché du capital-risque est un marché de l'offre et de la demande, dit-il. Les bons projets attirent toujours les investisseurs et cette dynamique est déjà en train de favoriser la création d'acteurs locaux du capital-risque ». Dès lors, l'effort doit être maintenu aux stades de la R&D et de la phase

d'amorçage, afin que des projets innovants puissent éclore et ensuite être amenés « en ordre de marche » à l'étape de la recherche de financement.

En termes de conditions cadre, plusieurs actions peuvent néanmoins encore être entreprises. L'octroi de permis de travail constitue ainsi un enjeu crucial, notamment pour des chercheurs qui n'ont encore aucune attache familiale et sont prêts à déménager, dès lors qu'un laboratoire et un fonds de recherche leur sont offerts. Attirer les talents fait partout partie du nerf de la guerre. Ainsi, observant l'évolution des relations entre les Etats-Unis et l'Iran, le Canada déploie de gros efforts afin d'attirer les chercheurs et entrepreneurs qui ne sont plus les bienvenus chez le grand voisin.

La volatilité des entreprises est en effet la plus forte lorsqu'elles sont très jeunes. À Genève, la qualité des conditions cadre – notamment fiscales – attirent nombre de chercheurs. À ce stade, où la jeune équipe est à la recherche de locaux, de bourses, d'accès à des laboratoires sophistiqués, sa mobilité est très grande. Ce moment correspond

suite page 3 ►

La passion de l'entreprise : La question du mois à Olivier Nimis, CEO de REMI(COM), le spécialiste de la transmission d'entreprises

Olivier Nimis : Qu'est-ce que la franchise ?

« La franchise se définit comme une méthode de collaboration entre, d'une part, une entreprise appelée « franchiseur » et d'autre part une ou plusieurs personnes, appelées « franchiseés ». L'objectif étant d'exploiter un concept de franchise mis au point par le franchiseur.

C'est une forme de commerce organisé qui permet la vente de produits, de services ou de technologies. Elle est basée sur la collaboration étroite et continue entre des entreprises juridiquement et financièrement distinctes et indépendantes : le franchiseur et ses franchiseés. Par le contrat de franchise, le franchiseur, créateur du réseau, accorde à ses franchiseés le droit et impose l'obligation d'exploiter pendant une durée déterminée une entreprise en conformité avec le concept qu'il a élaboré.

Le franchiseur est un entrepreneur indépendant, une personne physique ou morale titulaire des droits d'exploitation de l'enseigne et/ou marque protégée. Ayant mis au point et exploité un concept original qui a déjà fait succès dans au moins une unité pilote, il offre un ensemble de produits, services et/ou technologies et apporte à ses franchiseés une formation initiale. Il est lié à ses franchiseés par un contrat de franchise.

Le franchiseé bénéficie de l'image de marque et de la réputation de l'enseigne, d'un concept conçu et expérimenté par le franchiseur. La formation, les conseils et l'assistance sont permanents. Il est propriétaire de son enseigne et juridiquement indépendant.

Dans l'entreprise, aucune méthode, aucun secteur industriel ne peut garantir le succès. La franchise ne fait pas exception à cette règle. Si la franchise associe un produit qui a fait ses preuves ou un type de service reconnu à un franchiseé capable et doté d'un financement adéquat, les chances de succès sont très élevées. Si, par contre, le franchiseé n'a pas assez de capitaux, manque de clarté dans son projet, ne l'a pas testé convenablement, si le recrutement et la formation ne sont pas bons, alors l'échec est probable. Nos conseils visent à vous aider à poser et à vous poser les questions pertinentes, donc à prendre la décision qui sera la bonne. Rappelez-vous, c'est de votre investissement qu'il s'agit !



REMI(COM)
20 agences en Suisse

Route de Frontenex 58 Bis - 1207 GENEVE - Tél : 022 700 22 22 - www.remicom.com



aussi à celui où elle consomme le plus de capital, son « burn rate » est très important. L'offre de locaux ou d'un subside de quelques dizaines de milliers de francs suffit pour que la start-up déménage, ne fût-ce que de quelques kilomètres.

Enfin, on peut regretter, au plan national, que la possibilité pour les caisses de pension d'investir dans des start-up soit minime. On pourrait imaginer que des caisses puissent investir de manière indirecte, au travers de fonds d'investisseurs. ■

Encore une marge de progression

En 2018, les start-up suisses ont levé 1,24 milliard de francs, un record. Si l'on compare ce montant à celui levé à Londres, soit 4 milliards, pour un nombre d'habitants semblable (8 millions), on voit que la marge de progression est importante. Toutefois, d'autres indicateurs sont encore plus prometteurs. Ainsi, dans le canton de Vaud, le capital-risque représente 1% du PIB cantonal, ce qui est équivalent au ratio enregistré en Israël. À l'inverse, aux Etats-Unis, ce ratio n'est que 0,4%.

Les start-up genevoises ont, pour leur part, levé 71,1 millions de francs en 2018. Les secteurs qui ont le vent en poupe sont la biotech (24,2 millions), les TIC (21,2 millions), suivis de la medtech (15,6 millions).

■ POUR EN SAVOIR PLUS :

Startupticker.ch, Swiss Venture Capital Report 2019, consultable en ligne : www.startupticker.ch/en/swiss-venture-capital-report

COMMERCE DE DÉTAIL

Le digital, accélérateur aussi pour petits commerçants

Comment booster les performances de son commerce grâce à la digitalisation ? Plusieurs solutions existent, qui sont également à la portée des petits commerces.

11,9 milliards de francs sont dépensés annuellement via internet en Suisse. 73 % des gens se disent influencés par l'expérience-client du magasin en ligne. 65 % la trouvent même meilleure que la publicité. Voilà quelques chiffres rappelés à l'une des conférences organisées en avril dernier à Palexpo lors du LEC (l'Événement Connecté).

« L'idée d'un dispositif omnicanal classique est de réserver en ligne, mais de récupérer le produit en magasin », a expliqué d'emblée Fabien Gasser, directeur innovation de l'agence de communication Virtua. « Fidéliser la clientèle se fait de plus en plus avec le social shopping (via les réseaux sociaux), mais aussi grâce à la formation continue du personnel », a-t-il complété. À ce titre, la CGN (compagnie générale de navigation sur le Léman) a opté pour un système privilégiant la billetterie on line, faisant bondir son chiffre d'affaires de 20 %.

Un traçage riche d'informations

En fait, dans le e-commerce, on dénombre trois vecteurs : la plateforme de commerce on line, les

applications smartphones et le commerce conversationnel (à savoir une activité commerciale générée à partir des messageries instantanées d'internautes ou via des chatbots par intelligence artificielle). « Les chatbots automatiques sont parfois une solution adéquate afin de se recentrer sur la vente sans perte de temps inutile », a poursuivi Julie Bernard, directrice conseil de Virtua. Grâce à ces systèmes, il y aurait 82 % de clientèle en plus à séduire et deux fois plus d'ouvertures de pages Internet, statistique intéressante pour les responsables marketing.

Afin de contrer les géants du Net, la captation de l'acheteur est donc primordiale, quitte à trouver des solutions mixtes. En magasin, il faut fournir au client des informations en temps réel. D'ailleurs, la géolocalisation et la synchronisation des processus sont les clés de ce modèle d'affaires. Mais qu'en est-il de la protection des données personnelles ? « Si l'on suit scrupuleusement la charte de consentement, il n'y a aucun problème avec le RGPD, car le client adhère au concept », a relevé Julie Bernard. ■

Internet, un bulldozer à maîtriser

Le 20 mai dernier, Genilem et la CCIG ont invité les détaillants à un échange d'expériences entre quatre invités, issus du commerce de détail. L'objectif de la rencontre était de mettre à disposition des participants quelques bonnes pratiques pour leur permettre de se distinguer dans le contexte difficile que connaît le commerce de détail.



Laurent Berney, Sébastien Aeschbach, Pascal Vandenberghe et Sarah Clozel (de g. à dr.) ont partagé leur expérience en matière de digitalisation dans le commerce de détail.

Le PDG des librairies Payot Pascal Vandenberghe a été l'un des pionniers du commerce en ligne au passage du millénaire. Le secteur du livre s'y prêtait bien, avec 100 000 nouvelles références chaque année. Le site Internet a d'ailleurs été l'un de ses premiers projets. Pour ses ventes en ligne, Payot ne fonctionne pas selon le stockage en entrepôts, mais sur le principe du picking, autrement dit le fait de se servir sur le stock de ses propres magasins. Comme le précise Pascal Vandenberghe, « soit on freine le bulldozer du Net et on meurt, soit on le contourne en misant sur une plus-value ».

Il faut, selon lui, suivre deux conditions : garder son identité en ligne et valoriser ses atouts en se différenciant. « On est 50 % plus cher qu'Amazon, et on ne peut pas régaler sur la question du prix ; on est donc obligés d'avoir un service à la hauteur », précise-t-il. Le fait qu'il y ait le prix inscrit en euro sur les livres incite à faire de la qualité. Ainsi, c'est un libraire qui répond aux questions posées en ligne. « Avec un algorithme, on ne peut pas trouver si un livre est épuisé depuis cinq ans et par quoi le remplacer, alors qu'un libraire expérimenté le pourra ! ».

« SOIT ON FREINE LE BULLDOZER DU NET ET ON MEURT, SOIT ON LE CONTOURNE EN MISANT SUR UNE PLUS-VALUE »

En Suisse ou en France, 90 % du chiffre d'affaires se fait encore en magasin. Donc, ne miser que sur le web reste une erreur. « On ne sera jamais rentable en vendant du textile sur le web », avait-on lancé à Sébastien Aeschbach, directeur de Chaussures Aeschbach SA, en 2011. Ses débuts il y a huit ans dans l'e-commerce ont été difficiles mais il a beaucoup appris depuis : « Internet n'est pas un interrupteur qu'on allume ou éteint, mais une stratégie ciblée. Si

le modèle d'affaire est mauvais, on ne fait qu'empirer les choses ! »

Tout dépend aussi des produits ou services : si l'on vend des meubles, un stock immédiat est nécessaire et le retour des marchandises pose problème. L'objectif visé, c'est plutôt l'omnicanalité, qui amène en magasin des clients via l'e-réservation ou le *click and collect*. À ses yeux, la base de données clients constitue la plus grande valeur de l'entreprise : « Il faut en rester les maîtres, mais ne pas hésiter à la faire fructifier par des spécialistes ».

« SI LE MODÈLE D'AFFAIRE EST MAUVAIS, UN SITE D'E-COMMERCE NE FAIT QU'EMPIRER LES CHOSES ! »

Le portail Genève Avenue, que Sébastien Aeschbach pilote depuis fin 2018, fonctionne comme une place de marché. Elle a largement rempli son objectif, séduisant 83 commerces en six mois. « Cette plate-forme sert avant tout de visibilité pour les partenaires, car 95 % d'entre eux n'ont pas un site web optimal ».

Sarah Clozel est la jeune fondatrice d'Archipel, une plate-forme de sélection de cosmétiques naturels. Sa stratégie est d'utiliser les réseaux sociaux, qui lui permettent d'exploiter l'expérience-client et de générer des ventes. En septembre 2018, elle a créé, en autodidacte, une communauté de femmes actives. « Au vu de mon secteur qui est basé sur l'apparence, c'est surtout Instagram qui me sert de vecteur, mais ce qui compte, c'est l'identité et la cohérence des démarches ». Sarah Clozel, qui avait lancé une boutique physique éphémère à l'aide d'influenceurs, va bientôt créer un magasin fixe.

Pour Laurent Berney, co-directeur de la glacierie Gelatomania, le site Internet constitue plutôt un moyen de

communiquer des horaires ou des nouveautés, sans négliger le *storytelling* pour créer de l'émotion. Mais la pratique est chronophage : il n'est pas facile de vendre des glaces et de proposer en même temps du contenu web. « Mon secteur est fortement tributaire du climat et ne fonctionne pas toute l'année. L'essentiel est de définir ce que l'on veut et de faire les choses dans l'ordre ». Pour lui, rien ne sert en tout cas de faire la course au nombre de *followers*.

D'après Marco Piermartiri, directeur opérationnel de la CCIG, « il ne faut pas oublier les fondamentaux et ne se lancer que si c'est approprié et qu'on en a les moyens ». Comme l'a relevé un participant dans la salle, une société de sports a fait faillite en misant tout sur le web, alors qu'une autre, peu active sur internet, a réussi grâce à sa stratégie de fidélisation et son service. Et l'on a relevé que le coût d'acheminement du dernier kilomètre est ce qui coûtait cher à des mastodontes comme Amazon.

Concluant la table ronde, le directeur d'Imadeo Nicolas Ingard a mis en avant quelques points à garder impérativement à l'esprit avant de se lancer sur le web : l'accès facilité au stock et un service pratique de paiement. Puis, la valorisation de sa plus-value et, enfin, les conseils fournis à la clientèle, ainsi que le partage d'information avec elle. « Il faut bien comprendre qu'on est passé d'une logique de client captif à celle d'un consommateur à séduire. Désormais, de nombreux commerces se présentent comme des comptoirs avec bornes interactives et non plus comme des vitrines débordant de produits. Il est fondamental pour certains produits de pouvoir être testés sur place, les louer en cas d'usage unique, voire les livrer le jour même ».

« ON EST PASSÉS D'UNE LOGIQUE DE CLIENT CAPTIF À CELLE D'UN CONSOMMATEUR À SÉDUIRE »

En conclusion, chaque responsable de magasin n'est pas obligé de dépenser des sommes colossales, ni de devenir un expert du web ou des réseaux sociaux. Mais Internet peut aider à développer ses ventes et n'est pas un fossyeur des détaillants. En tous les cas, il faut se souvenir que le web demande de réinvestir en permanence du temps et de l'argent ! ■

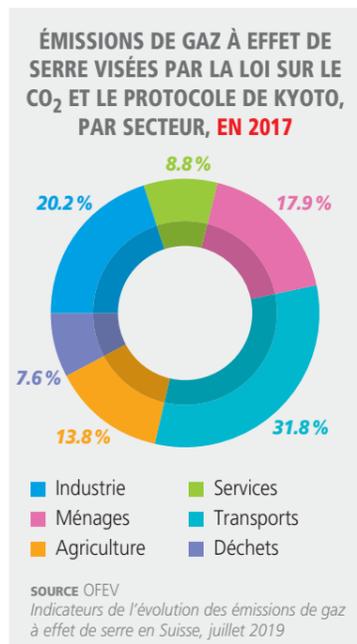
ENVIRONNEMENT

Politique climatique : équilibrer les efforts

Pour mesurer la prise de conscience de l'urgence climatique, on peut observer la participation des jeunes à des manifestations. On peut aussi faire l'inventaire des organisations qui ont préconisé des mesures : de l'ONU à la Ville de Genève, la liste est impressionnante et pourrait être complétée par les nombreuses entreprises ayant créé ou adopté une charte climatique¹. Les entreprises font déjà beaucoup en faveur du climat, et c'est très bien. Mais cela a un coût. À la veille d'élections fédérales qui seront sans nul doute marquées par cet enjeu, un point sur la question s'impose.

Gaz à effet de serre : une illustration

Ce sont principalement les gaz à effet de serre (GES) qui influent sur le climat en absorbant le rayonnement infrarouge émis par la Terre. La conséquence en est un réchauffement de l'atmosphère, en particulier au niveau du sol. Le GES qui a l'impact le plus important est le dioxyde de carbone (CO₂) dont l'origine est largement due à l'activité humaine. Dans cette dernière, l'impact des différents secteurs a été mesuré.



Le transport (hors transport aérien)² constitue à lui seul presque un tiers (32 %) des émissions totales, suivi par l'industrie (20 %) et les ménages (18 %), essentiellement au travers du chauffage des logements. On constate donc que tous les secteurs contribuent à produire des GES et que toutes les entreprises devront concourir à réduire cet impact, ce qu'elles ont largement commencé à faire.

Prise de conscience et mesures en cours

En 2018, la protection de l'environnement est passée de la 9^e à la 5^e place du Baromètre des préoccupations du Credit Suisse³. Ce souci est

partagé par la classe politique, qui a édicté différentes mesures pour lutter contre le réchauffement climatique.

Dans sa Stratégie énergétique 2050⁴, la Confédération poursuit les objectifs mis en œuvre au 1^{er} janvier 2018⁵ :

- réduire de 20 % les émissions de gaz à effet de serre par rapport à 1990 ;
- s'adapter aux changements climatiques, en particulier dans le domaine de l'aménagement ;
- calquer ses mesures sur celles des autres pays.

En matière de politique climatique, le principal outil dont dispose la Suisse est la loi sur le CO₂, dont la mesure phare est la taxe sur le CO₂ prélevée sur les combustibles. Celle-ci est passée de 60 francs la tonne de CO₂ en 2014 à 96 francs la tonne en 2018. Cela correspond à des recettes annuelles d'environ 1,2 milliard de francs. Les entreprises genevoises ont dû absorber ces hausses de charges.

Un tiers des recettes (450 millions de francs au maximum) est affecté au Programme Bâtiments, ce qui permet à la Confédération et aux cantons de financer des assainissements énergétiques. Par ailleurs, 25 millions de francs sont utilisés pour alimenter le fonds de technologie. Deux tiers des recettes annuelles de la taxe sur le CO₂ sont redistribués par la Confédération. Ils sont répartis proportionnellement au montant prélevé entre les entreprises et la population.

Il est également possible pour les entreprises de compenser leurs émissions de CO₂ par des objectifs de diminution de celles-ci. Plutôt que de payer la taxe, elles s'engagent à réduire leurs émissions, ce qui diminue la taxe en proportion. La troisième possibilité consiste à les compenser par l'achat de quotas d'émission.

LES ÉMISSIONS DE CARBONE RESTENT SOUS-ÉVALUÉES

Écart entre le prix taxé et le « vrai » prix du carbone dans les pays de l'OCDE et du G20, 2015

Pays	%	Pays	%
Suisse	27	Suède	63
Luxembourg	30	Belgique	65
Norvège	34	Canada	65
France	41	Israël	65
Royaume Uni	42	Hongrie	66
Irlande	42	Pologne	67
Islande	24	Japon	69
Slovénie	42	Turquie	75
Corée	43	USA	75
Pays-Bas	43	Argentine	76
Grèce	46	Nouvelle-Zélande	76
Italie	46	Australie	79
Autriche	51	Inde	86
Espagne	51	Afrique du Sud	89
Danemark	52	Chine	90
Allemagne	53	Brésil	94
Finlande	53	Russie	95
Portugal	59		

SOURCE OCED – Effective Carbon Rates 2018

L'écart de prix du carbone mesure combien les pays manquent de facturer les émissions de carbone au niveau d'une valeur référence de EUR 30 la tonne (estimation basse de la valeur du carbone aujourd'hui).

La différence entre la valeur de référence et le prix effectif du carbone est exprimée en pourcent. Si le prix effectif du carbone est égal à la valeur de référence, l'écart est de zéro. Si le prix effectif du carbone est zéro, l'écart est de cent (cas de la Russie).

Pour en savoir plus : <https://tinyurl.com/effective-carbone-rates>

Les mesures qui s'appliquent au domaine de l'électricité vont dans le même sens, avec une taxe incitative de 2,3 ct/kWh. Le montant perçu permet de rémunérer les entreprises et les particuliers pour l'électricité qu'ils produisent, en particulier grâce à l'énergie photovoltaïque.

Enfin, des normes d'émission maximales sont fixées à 95 g de CO₂ par km pour les véhicules neufs en 2020.

Toutes ces mesures vont dans le sens de réduire la production de CO₂, mais elles ne sont pas neutres pour les entreprises qui doivent, par exemple, acheter l'énergie dont elles ont besoin ou, comme les transporteurs routiers, s'acquitter de taxes spécifiques. Il est donc parti-

culièrement important que la Suisse aligne son action sur celles des autres pays, d'une part afin de s'assurer que la masse critique est atteinte pour obtenir des effets, d'autre part pour éviter de créer une distorsion de concurrence.

Les entreprises participent

Les entreprises participent à l'effort de la politique énergétique 2050 en innovant en permanence et en améliorant leurs processus de production. Mais la taxation sur le CO₂ leur coûte cher et elles ne pourraient pas supporter des charges beaucoup plus lourdes sans être affectées dans leur capacité concurrentielle.

C'est pourquoi de nombreux gros producteurs de CO₂ optent pour des mesures qui leur permettent de

réduire les taxes : améliorer leur bilan énergétique (isolation par exemple), ou compenser leur production de CO₂ par des achats de quotas d'émission⁶. Le bilan de ces pratiques est très positif, car elles aboutissent à davantage de réduction de GES que par la taxation directe.

Les entreprises sont confrontées aux limites que constituent les conditions de concurrence avec leurs concurrents. Si leurs voisins, en particulier ceux de l'Union européenne, n'étaient pas soumis à des pressions fiscales similaires, cela introduirait un biais défavorable pour les entreprises suisses, ce qui n'est pas acceptable.

La Suisse souvent première de classe

En matière de taxation du carbone, la Suisse fait figure de bon élève. L'OCDE estime qu'elle est la plus proche de tous ses membres à imposer une vérité des coûts du CO₂ (voir tableau ci-contre), c'est-à-dire que l'écart entre le prix taxé et le « vrai » prix du carbone y est le plus faible.

Ce bon classement de la Suisse masque un désavantage compétitif pour ses entreprises. En effet, celles-ci ont dû intégrer le coût supplémentaire de la taxe carbone dans leurs prix de revient.

Un domaine dans lequel la Suisse se profile aussi parmi les meilleurs est sa capacité à faire diminuer ses émissions de gaz à effet de serre, quand bien même son économie croît⁷. Une performance rare dans le monde.

S'agissant de la Suisse, l'OCDE relève sa faculté de faire transiter des marchandises par le rail plutôt que par la route. Largement rendus possibles par la redevance poids lourds qui a financé des infrastructures ferroviaires, ces résultats contribuent à une meilleure qualité du climat.

suite page 5

¹ Cf. par exemple la Charte de l'Industrie de la mode pour l'action climatique créée sous l'égide de l'ONU : <https://unfccc.int/fr/news/lancement-de-la-charte-de-l-industrie-de-la-mode-pour-l-action-climatique>

² Le transport aérien est estimé causer 10 % des émissions de CO₂ selon l'OFAC : <https://tinyurl.com/carbone2015>

³ www.credit-suisse.com/barometre/preoccupations

⁴ Voir CCIGinfo 1/2018 www.ccig.ch/publications-FR/2018/01/CCIGinfo-no-1-2018

⁵ www.bfe.admin.ch/bfe/fr/home/politique/strategie-energetique-2050.html

⁶ Ces quotas d'émission peuvent être destinés à la Suisse ou à l'étranger. Un franc investi à l'étranger produit plus d'économie de CO₂ qu'en Suisse, dans la mesure où la situation de départ est moins favorable, ainsi que la CCIG l'a relevé dans sa prise de position du 31 janvier 2013 sur le projet de stratégie énergétique 2050 du Conseil fédéral.

⁷ Pour en savoir plus : OCDE (2017), « Performances environnementales : tendances et développements récents », dans *Examens environnementaux de l'OCDE : Suisse 2017*, Editions OCDE, Paris, <https://tinyurl.com/decouplageco2>.

Comme l'initiative des Alpes célèbre cette année son 30^e anniversaire⁸, il vaut la peine de mesurer ses effets. On constate un net déclin du nombre de camions⁹, mais l'objectif initial n'est quand même pas atteint et, là aussi, le bilan fiscal est impressionnant: 30 milliards de francs ont été ponctionnés aux transporteurs routiers.

Comment verdir sans rougir ?

Dans ce contexte, on peut se demander où se trouve le chemin d'une amélioration du climat qui soit compatible avec une saine croissance économique? Quelques voies se tracent tout naturellement:

- la généralisation de conventions d'objectifs avec les émetteurs de gaz à effet de serre¹⁰. En effet, celles-ci permettent d'atteindre des réductions de CO₂ plus importantes¹¹;

- la poursuite des négociations avec les partenaires internationaux de la Suisse et, en particulier, l'Union européenne, dans le but d'adopter simultanément des mesures comparables et d'éviter ainsi de trop grandes distorsions de concurrence;
- Le renforcement de la recherche et de l'information sur l'évolution des systèmes climatiques dans l'optique de faire évoluer les comportements individuels.

Pour conclure, on ne peut que se réjouir que la Suisse ait pris au sérieux les problèmes liés au réchauffement climatique. À l'avenir, il semble nécessaire de trouver un accord au Parlement pour avoir une loi sur le CO₂ révisée efficace qui permette aussi de préserver les intérêts de l'économie. ■

Une loi indispensable pour avancer

Pour l'économie, l'objectif est de parvenir rapidement à une loi sur le CO₂ tenant compte des besoins des entreprises. Pour atteindre l'objectif ambitieux du Conseil fédéral et de l'accord de Paris sur le climat (réduire d'ici 2030 les émissions de gaz à effet de serre de 50 % par rapport à 1990), il faut impérativement de la flexibilité et des instruments de marché.

Le Conseil national ayant rejeté en décembre 2018 le message sur la révision totale de la loi sur le CO₂ élaboré par le Conseil fédéral, la balle est désormais dans le camp du Conseil des Etats.

La CCIG s'engage concrètement en faveur du climat

Comme ses membres, la CCIG est concernée par la réduction des gaz à effet de serre (GES) et les orientations de la Stratégie énergétique 2050. En ralliant la **Coalition des Chambres pour le Climat** lors de l'édition 2019 du Congrès Mondial des Chambres, la CCIG signale son intention de participer à la transition vers une planète plus propre et plus durable. Initiée par la Chambre de Commerce Internationale, cette coalition a pour but de mobiliser les Chambres de commerce en faveur des objectifs des accords de Paris. 450 Chambres de commerce de six continents se sont déjà engagés.

Voir le texte complet de ces deux encadrés sur:
www.ccig.ch/blog/category/dossier-cciginfo



COMMERCE INTERNATIONAL

Accord de libre-échange avec les USA: pourquoi la Suisse en a besoin ?



Les Etats-Unis sont le deuxième partenaire le plus important pour la Suisse, derrière l'Allemagne*,

tant en termes d'importations que d'exportations. En 15 ans, le commerce avec les USA a crû de plus de 10 % chaque année, et la Suisse y exporte deux fois plus que le volume cumulé de ses exportations vers les BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine). Qu'est-ce qu'un accord de libre-échange viendrait apporter de plus ?

Les Etats-Unis sont également – de loin ! – les plus importants investisseurs directs en Suisse. Si cette dernière est le 7^e investisseur direct aux USA, l'investissement direct a plus que doublé... dans les deux sens: + 123 % de la Suisse aux Etats-Unis et + 113 % dans l'autre sens, au cours des derniers 10 ans ! C'est dire que les USA comptent pour l'économie helvétique.

De son côté, la Suisse se situe au 18^e rang des marchés d'exportation des USA et au 14^e rang de ses marchés d'importation. Et si son marché de l'exportation est petit, sa croissance est rapide. En outre, la Suisse est une importante plateforme de management de multinationales américaines.

Qui bénéficierait d'un tel accord ?

Il y a 11 ans, la précédente tentative d'aboutir à un accord de libre-échange avec les Etats-Unis avait échoué sur la question de l'agriculture (en particulier la présence d'OGM). « Il n'y a pas eu de négociation, dit Martin Naville, directeur de la Swiss-American Chamber of Commerce. La Suisse s'est trouvé

être le seul pays qui ne voulait pas négocier avec les Etats-Unis ».

Un tel accord est pourtant nécessaire à la Suisse. Tout d'abord parce que le développement des échanges commerciaux entre les deux pays reste tributaire de la situation géopolitique. « Il faut que la Suisse soit au moins assise à la table des négociations avant l'Europe, dit Martin Naville, sans quoi nous serons relégués aux oubliettes ». Le Mexique, le Canada, le Japon et le Royaume-Uni auront probablement tous prochainement conclu des accords. « Plutôt que de voir un tel accord comme une aide au commerce extérieur de la Suisse, il faut plutôt considérer que la Suisse n'a pas besoin de handicaps supplémentaires lorsqu'elle régate avec des pays qui, eux, seront dotés d'accords de libre-échange. C'est comme une assurance-vie », dit Martin Naville.

Néanmoins, certains sous-secteurs importants pour la Suisse tels que la biotech, qui sont encore sous le coup de tarifs élevés aux USA, de même que l'industrie des machines bénéficieraient certainement d'un accord de libre-échange. Enfin, dans le cadre de la négociation, des éléments non tarifaires, tels que la reconnaissance mutuelle en matière d'évaluation de la conformité, pourraient jouer un rôle non négligeable.

Quelles sont les chances d'aboutir ?

Les indicateurs semblent être au vert. Une discussion entre des repré-

sentants des deux pays a eu lieu à l'occasion du World Economic Forum l'an dernier. Ensuite, le conseiller fédéral Schneider-Amman a signé avec les USA un *Memorandum of Understanding (MOU)* relativement à l'apprentissage, formule qui intéresse vivement les Américains. Depuis 18 mois, les discussions sont soutenues. Rien n'est cependant encore joué. En premier lieu, il faut que le *US Trade Representative* décide de traiter ce sujet de manière prioritaire. Pour cela, « la Suisse doit le convaincre que cet accord sera bon pour les Etats-Unis », dit Martin Naville. Or, la Suisse n'a pas forcément grand-chose à offrir, si ce n'est de permettre aux Etats-Unis de démontrer qu'ils sont un marché ouvert. De son côté, la Suisse doit se montrer convaincue par la démarche.

L'agriculture ne constituera vraisemblablement plus une pierre d'achoppement, essentiellement du fait que chacun des deux partenaires semble avoir remis ses positions dogmatiques. « En tout état de cause, il est évident qu'un accord de libre-échange ne se sera pas suivi par un afflux massif de patates américaines !, dit Martin Naville. En revanche, comme l'avait dit l'ambassadeur américain en Suisse en début d'année, certains produits agricoles suisses trouveraient des débouchés importants aux Etats-Unis, tels que fromages, saucissons ou yogourts, qui y seraient vendus comme des produits hauts de gamme. » ■

Genève et les Etats-Unis En 2018, les USA ont été le troisième partenaire commercial du canton de Genève. La valeur des exportations a atteint 2124 millions de francs et celle des importations 1259.

* Au premier trimestre 2019, les Etats-Unis ont même devancé l'Allemagne !

**PALAIS
CREATIONS**
TRAITEUR DES GRANDS EVENEMENTS



“FAIRE
POUR VOUS
LES CHOSES
EN GRAND”

Événements d'entreprise
Inaugurations
Lancements de produits
Cocktails
Banquets

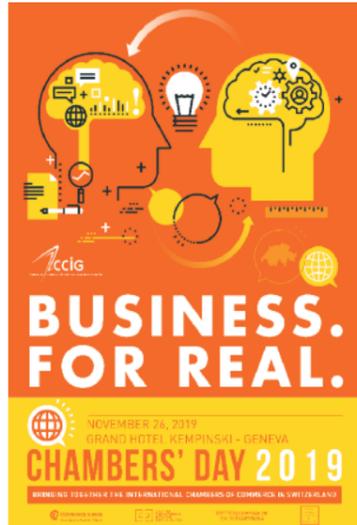
Palais Créations SA
CP 112
1218 Le Grand-Saconnex
T. +41 (0)22 761 15 80
INFO@PALAISCREATIONS.CH
WWW.PALAISCREATIONS.CH

COMMERCE INTERNATIONAL

La journée des Chambres de commerce

Le 26 novembre prochain aura lieu la toute première édition du **Chambers' Day**, une occasion unique de réunir les Chambres de commerce internationales de Suisse.

Organisée par la CCIG avec l'appui de quatre Chambres partenaires*, cette journée réunira plus de vingt Chambres de commerce internationales et régionales. Un « Chambers' Village » leur permettra de présenter leurs domaines d'expertise ainsi que les atouts des marchés qu'elles couvrent. Tout au long de l'après-midi, une vingtaine d'orateurs de premier plan, issus du secteur tant public que privé, rappelleront le rôle des Chambres, l'attractivité du tissu économique de la Suisse et les bienfaits



du multilatéralisme (dont Genève est le berceau). Des sessions plénières, des ateliers, des tables rondes et des séances de réseautage se succéderont, permettant aux 300 partici-

pants attendus d'échanger et de s'informer. Le Chambers' Day sera précédé d'une **matinée sur les fintech** organisée par l'Union lémanique des Chambres de commerce (ULCC) dans le cadre de sa convention d'affaires 2019. Les enjeux et opportunités des fintech feront l'objet de témoignages d'acteurs établis et de start-up qui font souffler le vent nouveau d'une potentielle disruption. ■

PROGRAMMES ET INSCRIPTIONS POUR LES DEUX ÉVÉNEMENTS : www.chambersday.ch

Prix réduit pour les membres des Chambres de commerce organisatrices et les partenaires du Chambers' Day, ainsi que pour l'inscription aux deux événements.

* Chambre de commerce France-Suisse, Chambre de commerce italienne pour la Suisse, British Swiss Chamber of commerce et Chambre de Commerce Suisse-Chine.

Genève fait forte impression à Rio



De gauche à droite : Eduardo F. Rebuzzi Filho, marketing director, CHamBR; Catherine Carrera, CCIG; Vincent Subilia, directeur général, CCIG; Thomas Pletscher, secrétaire général, ICC Switzerland, et Pedro da Silva Neves, Chairman, CHamBR.

Du 12 au 14 juin, une délégation genevoise s'est rendue à Rio de Janeiro pour participer au WCC (World Chambers Congress) 2019, qui avait pour slogan **Creating a shared future.**

La délégation se composait notamment de représentants de la CCIG, accompagnés par la dynamique Chambre de commerce Brésil-Suisse (CHamBR). 1200 participants ont participé à ce rendez-vous annuel planétaire, essentiellement des Chambres de commerce et des entreprises membres. C'était une opportunité de partager des

best practices et de s'inspirer des nouvelles idées relatives au monde des affaires.

Lors du cocktail officiel, Genève a pu détailler les intentions de sa présence au Brésil (voir encadré ci-dessous). Les chocolats et vins suisses distribués aux participants à cette occasion ont été d'ailleurs fort appréciés. Le stand – auquel Hamad Buamim, président de la Fédération Mondiale des Chambres de Commerce (WCF), a rendu visite – était destiné à faire rayonner les atouts des entreprises genevoises. ■

Genève candidate pour accueillir le congrès mondial en 2023 !



Genève se porte candidate pour accueillir l'édition 2023 du Congrès mondial des Chambres de commerce, qui doit se tenir sur sol européen. La lettre de candidature a été déposée en début d'année à Paris.

Dans le cadre de cette candidature, la Cité de Calvin est en compétition avec Moscou et Belfast. Les critères de sélection sont entre autres l'accessibilité, le rayonnement international, les soutiens et la viabilité financière. On compte avant tout sur des acteurs privés pour assurer l'apport pécuniaire. Le slogan en sera « *shared benefits of multilateralism for businesses* ». Genève se devra de mettre en avant son positionnement en matière de gouvernance mondiale et de promotion de la paix. À noter que l'ICC (International Chamber of Commerce) a été fondée sur de telles valeurs : elle fête justement ses 100 ans en 2019.

AGENDA

Quatre événements sur les marchés sont prévus ce deuxième semestre :



- Présentation de la délégation économique au Portugal : 9 septembre 2019
- Market Focus Colombie : 17 septembre 2019
- Market Focus Philippines : 27 septembre 2019
- Market Focus Albanie : 11 décembre 2019 (en ligne prochainement)

PROGRAMME ET INSCRIPTIONS : <https://agenda.ccig.ch/agenda>

PLUG@WORK

Grand départ pour le futur.
Faites partie du voyage.

Des solutions de mobilité sur mesure pour les entreprises et leurs employés.

En tant que chef d'entreprise, vous pouvez activement contribuer au succès de l'électromobilité. Avec plug@work, motivez vos collaborateurs à rejoindre un courant innovant et offrez-leur en prime un plaisir de conduire inédit.

Vos atouts:

- Infrastructure de recharge gratuite*, propriété à 100% de votre société après installation
- Des partenaires forts, à vos côtés pour vous conseiller
- Soutien pour atteindre vos objectifs en matière d'empreinte carbone
- Solutions d'électromobilité simples et sur mesure
- Électricité offerte sur site pour 60000 km ou 3 ans** aux employés ayant acheté un véhicule éligible

* Offre à l'achat d'une BMW ou MINI électrique ou hybride rechargeable. plug@work prend en charge une borne standard, permettant la facturation par véhicule, installation comprise, avec 20 mètres de câble et deux percements de mur.
** Au premier des deux termes échu.

plugatwork.ch

COMMERCE INTERNATIONAL

En délégation à la découverte de la Chine nouvelle

Une délégation économique genevoise, conjointement organisée par la CCIG, l'Etat de Genève et la Chambre de Commerce Suisse-Chine, a mis le cap sur Pékin du 1^{er} au 6 juillet dernier. Quelques participants ont aussi pu découvrir le Forum mondial de Dalian.



De gauche à droite : Antonio Gambardella (FONGIT); Christophe Weber (SCCC); Alexandre Epalle (DG DERI); Vincent Subilia (CCIG); Ivan Meissner (Qualimatest); Didier Héral (OrbiWise); Cédric Juillerat (Codalis); Herzig Ekaterina (Dufey Group); Preeti Sinha (Financing for Development); Pierre Maudet (conseiller d'Etat).

À l'instar de la précédente mission dans l'Empire du Milieu, le déplacement de l'été 2019 était placé sous le signe de l'innovation. Il avait pour but de s'inspirer du développement technologique de ce pays en constante croissance. Une délégation de 20 entrepreneurs genevois (lire ci-contre le témoignage de cinq d'entre eux) – tous domaines confondus – a eu la chance d'enchaîner une série de visites passionnantes. Mais aussi de rencontrer toutes sortes d'acteurs locaux, et même de marcher sur la Grande Muraille de Chine ! Le conseiller d'Etat en charge du développement économique, Pierre Maudet, était du voyage.

Comme l'année d'avant à Shenzhen, Hangzhou et Shanghai, la délégation a pu visiter plusieurs groupes chinois qu'on appelle là-bas les BATX (Baidu, Alibaba, Tencent et Xiaomi) parallèlement aux GAFA, le géant de la technologie Tencent et le spécialiste de l'intelligence artificielle Baidu.

Découverte aussi de Didi, le « Uber chinois », spécialisé dans le transport partagé. Sans oublier la visite du parc de l'Université de Tsinghua, qui possède une holding commercialisant directement ses recherches. Le groupe s'est immergé dans le monde de VIPKid, une spécialiste de l'apprentissage technologique pour enfants, et de Xiaomi, une société versée dans l'internet des objets. Citons encore Innoway, un incubateur de 1900 start-up, le géant du e-commerce JD.com et le leader de la finance Bank of China, qui prévoit de réouvrir prochainement une succursale à Genève !

Une réelle valeur ajoutée

À travers ces missions économiques, la CCIG et l'Etat de Genève contribuent à créer de la valeur ajoutée pour l'économie du canton. « Ces délégations ont pour double ambition de permettre à nos entrepreneurs de gagner des parts de marché à l'étranger et de se nourrir d'une immersion dans des écosys-

tèmes différents », précise le directeur général de la CCIG Vincent Subilia.

Certains participants ont même eu l'occasion de faire des affaires directement sur place, à l'instar de Saad Harti (voir ci-dessous) avec, en vue, un accord pharmaceutique de taille. Plus généralement, en 2018, les exportations de la Suisse avec la Chine atteignaient 5 % du total, soit environ 12 milliards de francs. Chiffres auxquels il faut ajouter les 3 % de Hongkong. Il s'agit du 5^e débouché des exportateurs helvétiques et même du 2^e pour Genève. Ajoutons que les liens commerciaux bilatéraux bénéficient du seul accord de libre-échange conclu par la Chine avec un pays européen. ■

Cinq participants témoignent de leur expérience



Antonio Gambardella
directeur de la FONGIT
(incubateur de start-up)

La Chine présente désormais de véritables innovations technologiques dans des domaines tels que l'intelligence artificielle et les sciences de la vie, avec des start-up originales d'ampleur internationale. Les politiques de soutien à l'innovation sont très avancées, et sur une échelle énorme. Je me réjouis d'avoir trouvé des partenaires qui partagent une vision complémentaire à celle de la Fongit. Grâce à ces synergies, je suis persuadé que la Chine et la Suisse pourront encore plus bénéficier de collaborations fructueuses.

© Igor Laski



Saad Harti
président de Legacy
Healthcare
(santé-medtech)

Les financements requis pour nos activités de R&D biopharma nous ont amenés à travailler étroitement avec de nombreux fonds d'investissement chinois, dont certains étaient rattachés à l'Etat. Lors du World Economic Forum de Dalian, j'ai pu être en contact direct avec des décideurs de premier plan, que je n'aurais jamais eu l'opportunité de rencontrer autrement.



Preeti Sinha
CEO de Financing for
Development (investisse-
ments dans le développe-
ment durable)

J'étais extrêmement fière de faire partie de la délégation. Banquière d'affaires, j'étais intéressée à faire venir des entreprises innovantes à Genève. Et je suis membre du Réseau international du bambou et du rotin (INBAR) dont j'ai rencontré le directeur général à Beijing. Je propose d'ouvrir un centre de financement forestier à Genève. Je pense que Genève doit aussi tirer parti de la présence de nombreuses agences onusiennes et y créer un centre pour les technologies de développement. La combinaison des atouts sino-helvétiques pourrait être un résultat gagnant-gagnant de ce voyage.



Christophe Chemtob
cofondateur d'Alpana
Ventures SA (investissement
technologique)

J'ai participé à la délégation afin de poursuivre la création de contacts et de liens commerciaux pour aider les start-up d'Alpana Ventures. Nous avons bénéficié d'accès privilégiés chez les géants Didi et Tencent ou encore Tus et Innoway. Ces contacts donnent des ouvertures et des idées sur l'approche locale et l'intelligence artificielle. Les Chinois ont beaucoup d'appétit pour les technologies suisses, mais créer des liens avec les PME est un travail de long terme, à faire sur les bons réseaux.



Ivan Meissner
CEO de Qualimatest
(contrôle qualité de
produits)

Ma participation à ce nouveau voyage avait pour but d'approfondir ma compréhension de la Chine. J'y envisage toujours la commercialisation de nos produits, mais aussi une implantation pour leur développement et leur fabrication. Je suis toujours plus convaincu de l'importance de la Chine dans le système mondial. Concernant notre développement en Chine, un de mes contacts locaux a bien résumé la situation : « En Occident, tout est facile mais rien n'est possible, alors qu'en Chine tout est compliqué, mais rien n'est impossible ».

SPG INTERCITY
COMMERCIAL PROPERTY ADVISORS

Genève | QUARTET

Arcades en RDC de 34, 232 et 285 m², grande hauteur et belle visibilité
Bureaux/ateliers disponibles en étage de 60 à 730 m²
Spacieuses cours arborées sur un campus mixte intégrant hôtel,
fitness, école et autres services
Desserte logistique de plain-pied, monte-charges de 4T
Dès CHF 200.-/m²/an, disponibilité immédiate
www.quartet.ch

SPG Intercity Geneva SA geneva.spgintercity.ch
Sarah Ducrey 022 707 46 77 | sarah.ducrey@spgi.ch

À louer

NEUF
Au cœur des
Charmilles
surfaces industrielles
artisanales,
administratives &
commerces de
proximité

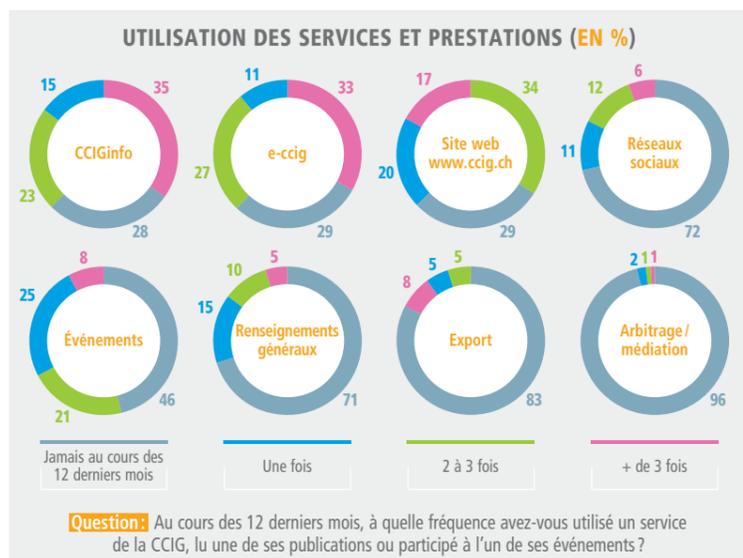
IN ASSOCIATION WITH
CUSHMAN &
WAKEFIELD



CCIG

Conditions cadre et relations d'affaires sont essentielles aux membres de la CCIG

En 2018, la CCIG a entrepris de conduire une **enquête de satisfaction** auprès de ses membres. L'objectif était de connaître leur opinion sur la mission et les activités de la CCIG, mais également leurs besoins et attentes afin d'améliorer et enrichir les prestations que la Chambre de commerce pourrait leur offrir à l'avenir. La CCIG a choisi de réaliser deux enquêtes complémentaires: la première sous la forme d'un questionnaire administré en ligne, la seconde sous la forme de panels qualitatifs.



L'enquête quantitative a révélé que les deux principales raisons qui conduisent les entreprises à adhérer à la CCIG sont d'une part la possibilité de faire des affaires et développer l'entreprise (27 %) et d'autre part la défense des intérêts politiques et économiques de l'entreprise (23 %). La première raison est plus prononcée auprès des petites entreprises et de celles récemment affiliées. La seconde prévaut dans les moyennes et grandes entreprises, tout comme auprès des affiliés les plus anciens.

Défense des intérêts politiques et économiques des entreprises en tête

74 % des membres interrogés estiment que la CCIG s'engage fortement pour obtenir un environnement économique et politique favorable aux entreprises du canton

(conditions cadre) et c'est dans une quasi même proportion (69 %) qu'ils souhaitent qu'elle s'y engage très fortement.

La troisième raison de l'adhésion à la CCIG est sa mission d'information et de documentation. Au total seuls 8 % des membres déclarent ne pas avoir utilisé un des supports de communication au cours des 12 derniers mois et, pour ces répondants, cela concerne quasi exclusivement la présence de la CCIG sur les réseaux sociaux.

Plus de la moitié des membres ont déclaré avoir assisté à un événement organisé par la CCIG au moins une fois au cours des 12 derniers mois. Les membres qui ont adhéré au cours des 4 dernières années mentionnent une plus forte fréquence.

Concernant les nouvelles prestations que pourrait mettre en place la CCIG, l'intérêt est clairement porté sur l'organisation de manifestations propres à faciliter le réseautage et la mise en relation d'entreprises au travers d'échanges facilités entre les membres.

Les sujets politiques et économiques que les membres souhaitent voir traiter avec le plus d'importance sont la fiscalité, le marché du travail et les relations transfrontalières. Suivent des thématiques environnementales (développement durable, mobilité) ou technologiques (digitalisation).

Cependant, 16 % des membres interrogés se sont déclarés insatisfaits à un degré ou à un autre sur l'ensemble des prestations évaluées. Les critiques portent par exemple sur une distinction insuffisante entre la CCIG et d'autres associations économiques ou clubs, sur le fait qu'il est difficile de s'inscrire en tant qu'orateur à un événement ou encore que la CCIG favoriserait tel ou tel secteur (PME versus grandes entreprises, export versus autres, etc.).

Enfin, 8 % des membres interrogés ont évoqué des besoins en termes d'analyses ou de services tels que renseignements juridiques, projections économiques (secteurs et métiers d'avenir) ou encore études de marché.

Panels qualitatifs: une image peu tranchée

50 entreprises au total ont participé à l'un des ateliers organisés en septembre 2018. Sous la houlette d'un facilitateur, la discussion a porté sur les forces et faiblesses de la CCIG, les perspectives et besoins des membres et les leviers d'action.

Il en est ressorti une situation quelque peu paradoxale. En effet, il n'y a pas de zone ou d'activité dans laquelle la CCIG est considérée comme performante en opposition à des zones ou activités où elle ne le serait pas: ses forces et faiblesses se situent aux mêmes endroits.

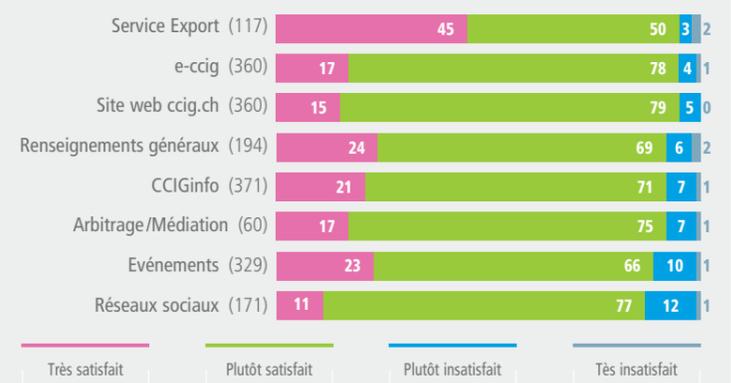
Ainsi, sont citées parmi ses forces principales la palette des services actuels, ainsi que son image et sa notoriété. Parmi les faiblesses, l'opacité de la gouvernance de la CCIG ressort dans tous les groupes,

de même qu'un engagement politique trop « politiquement correct ». Son image est également jugée désuète.

Au chapitre des perspectives et des besoins, le réseautage reste une prestation demandée mais qui doit être modernisée et devenir mesurable. La demande se situe au plan de la création et de l'entretien de liens plutôt que du réseautage rapide. Les participants appellent de leurs vœux un lobbying constructif et différenciant et attendent de la CCIG qu'elle soit productrice d'informations et d'analyses pour mieux comprendre les nouveaux enjeux. Au plan des services, la digitalisation de prestations telles que le livret ATA est vivement attendue. ■

Texte tiré du Rapport d'activités 2018 de la CCIG (www.cdig.ch/publication/autre)

DEGRÉ DE SATISFACTION ET ATTENTES DES MEMBRES (EN %)



Question: Quel est votre degré de satisfaction par rapport aux différentes prestations suivantes de la CCIG? Base: Ceux qui se sont prononcés (« Ne sait pas » exclus)



STRATEGIC ERP

« La Stratégie pour atteindre vos objectifs »

La solution de gestion pour les PME suisses

Egalement disponible en version web et sur appareils mobiles

Finance



Distribution



Production



Développement suisse



35 ans d'expérience

Le Mont-sur-Lausanne
www.bmc.ch

Horlogerie



Services



Logistique



swissdec certified 4.0 | ISO 20022 ready

EXPORTATIONS

Nouveau: Payer par internet la caution pour un carnet ATA

La Chambre de commerce qui émet un carnet ATA assume la fonction de caution à l'égard des autorités douanières étrangères. Pour se protéger des risques, elle demande au titulaire du carnet ATA de fournir une garantie financière. Grâce à un partenariat stratégique établi en 2015 avec la compagnie d'assurances SwissCaution, il est possible

d'établir des carnets ATA/CPD sans dépôt de garantie de la part des titulaires à la CCIG. ■

Nouveauté: depuis le 1^{er} juillet 2019, le titulaire du carnet qui souhaite bénéficier de la garantie de SwissCaution devra régler directement en ligne les frais.

Le Service Export de la CCIG se tient à disposition pour tout complément d'information. Tél. 022 819 91 02 – ataswiss@ccig.ch

MONDE ASSOCIATIF

La CCIG rejoint l'Union patronale suisse

La CCIG est devenue membre de l'Union patronale suisse au 1^{er} juillet dernier. Fondée en 1908, l'Union patronale suisse (UPS) fédère quelque 90 associations patronales régionales et sectorielles, de même qu'un certain nombre d'entreprises individuelles. Sa mission est de défendre la compétitivité de la Suisse et les intérêts patronaux.

De la même manière que la CCIG a pour vocation de faire en sorte que les entreprises genevoises, quelles que soient leur taille ou leur nature, trouvent dans le canton un cadre favorable à l'exercice de leur activité, l'UPS défend, à l'échelon national et international, les intérêts

patronaux, toutes branches, régions et tailles d'entreprise confondues. Elle le fait face à l'opinion publique, au monde politique ou encore à l'administration publique.

L'UPS se concentre sur les domaines suivants: le marché du travail et les relations avec les partenaires sociaux, la formation, la politique sociale et la politique patronale internationale. Dans ses prises de position, l'UPS respecte les principes d'une économie de marché à la fois libérale et sociale et elle s'engage au service de la paix du travail et d'un partenariat social constructif. En devenant membre, la CCIG rejoint ainsi les autres Chambres de commerce de Suisse. ■

Une salle au nom du fondateur de la CCIG!

Ivan Pictet, président de la CCIG de 1991 à 1996, a inauguré au boulevard du Théâtre 4 une nouvelle salle de réunion, dédiée à son arrière-arrière-grand-père, Ernest Pictet, qui fonda la Chambre en 1865. L'occasion pour lui de rappeler l'esprit de pugnacité de son aïeul et, pour Vincent Subilia, direc-

teur général de la CCIG, de souligner combien son descendant avait, à son tour, marqué les destinées de la CCIG au travers d'événements forts, tels que l'opération « 1993 Genève gagne » ou en inaugurant la série des publications fiscales avec l'étude intitulée « Genève paie trop d'impôts ». ■



Voir l'interview d'Ivan Pictet sur: <https://tinyurl.com/inauguration-Salle-Pictet>



L'INNOVATION AU CŒUR

Impulsion innovante aux HES-Genève

Dans la série que le CCIGinfo consacre aux structures innovantes à Genève, l'incubateur -Pulse HES est l'un des derniers venus. Il accompagne des projets entrepreneuriaux portés par les étudiants, diplômés ou du personnel issus des six HES SO-Genève (HEPIA, HEG, HEAD, HEM, HEDS, HETS).



La nouvelle structure succède à l'AHEAD, créée en 2011 par la Haute école d'art et de design pour suivre ses projets spécifiques. « Cela fait longtemps que nos écoles se préoccupent de stimuler l'entrepreneuriat, précise

le directeur général de la HES SO-Genève, François Abbé-Decarroux. Mais nous avons décidé aujourd'hui de nous rassembler pour offrir aux porteurs d'idées innovantes des prestations et un environnement qui leur permettra de développer leur projet dans de meilleures conditions ».

Pour mieux répondre aux besoins et stimuler la créativité, -Pulse met au cœur de ses actions l'interdisciplinarité en favorisant les échanges entre personnes aux compétences diverses: ingénieurs, designers, managers, professionnels de la santé, etc. « Avec -Pulse, les jeunes entrepreneurs pourront aussi trouver les compétences qui leur manquent pour constituer leur équipe », relève encore François Abbé-Decarroux. Désormais, 700 m² de locaux, accessibles 24h/24, offrent toutes sortes d'espaces au centre-ville pour du co-working ou l'organisation d'événements. Un concept d'innovation ouverte sur la Cité.

Un accompagnement externe

La sélection de la première volée de candidats a eu lieu courant juin. La vingtaine de porteurs de projets retenus bénéficieront dès septembre de deux prestations: des ateliers thématiques animés par des professionnels et un accompagnement personnalisé avec des coaches externes, de l'idée initiale aux premiers prototypes en passant par le modèle d'affaires. En fonction des besoins, ce suivi durera d'un à trois semestres. Sur les 20 porteurs de projets, quinze sont des primo-entrepreneurs qui doivent se confronter au marché et cinq, plus avancés, ont déjà bénéficié d'études de marché et d'un business plan.



-Pulse bénéficie d'un financement mixte privé-public. En plus d'un financement propre, les écoles de la HES SO-Genève délivrent des prestations en nature, comme la mise à disposition d'ateliers de prototypage.

« Il ne s'agit donc pas de se substituer à des incubateurs tels que la Fongit ou la Fondetec, ni d'apporter un soutien financier, mais de mener les projets entrepreneuriaux de nos candidats à un plus grand niveau de maturité », conclut François Abbé-Decarroux. -Pulse doit en fait donner des chances à des projets innovants d'être admis dans les incubateurs ou accélérateurs genevois, voire de lancer leur propre entreprise.

■ POUR EN SAVOIR PLUS: www.pulse-hesge.ch



"THE QUEST FOR HARMONY IS NEVER-ENDING."

BENJAMIN CLEMENTINE,
MUSICAL ARTIST, WEARS THE
VACHERON CONSTANTIN FIFTYSIX.




VACHERON CONSTANTIN
GENÈVE

ONE OF
NOT MANY.

CONTACT US: +41 22 580 1755

MOBILITÉ

Le rail prêt à booster le Grand Genève

Le Léman Express va non seulement bouleverser la mobilité régionale, mais devrait aussi permettre à des pôles économiques de se développer. Grâce à ses quatre panélistes, la deuxième Table ronde du Grand Genève a évoqué les opportunités qui se profilent dès décembre prochain.



En préambule, Alexandra Rys, directrice de la communication de la CCIG, a rappelé l'étude maison publiée en 2011 sur le Grand Genève*, qui caractérisait son économie comme une « économie de métropole » avec des spécialisations territoriales. À l'époque déjà, les principaux freins constatés étaient le logement et la mobilité. Ce second écueil sera notablement raboté par la mise en service du premier RER transfrontalier, qui devrait drainer près de 5 millions de voyageurs par an. Il entraînera une baisse de 12 % du trafic motorisé au centre de Genève. Quand on sait que la pause estivale le fait baisser de 7 %, la projection a de quoi nourrir de gros espoirs.

LE PREMIER RER TRANSFRONTALIER ENTRAÎNERA UNE BAISSÉ DE 12 % DU TRAFIC MOTORISÉ AU CENTRE DE GENÈVE

Comme l'a dit Mario Werren, directeur général de Lémanis, filiale commune des CFF et de la SNCF qui va opérer le Léman Express, « le 15 décembre 2019 marquera le départ d'une histoire, et non un aboutissement ». À l'instar de la

métropole zurichoise, un développement urbanistique est attendu progressivement. Ce sera le cas autour des gares, censées devenir des pôles attractifs. Ceux-ci feront vraisemblablement naître une façon de consommer autrement qu'en attendant de faire les courses du samedi en centre commercial.

Maillon-charnière dans un réseau qui va bien au-delà d'Annemasse et de Genève-Cornavin, le Léman Express bénéficiera aussi bien aux déplacements pour les loisirs qu'aux pendulaires. S'agissant de ces derniers, « une réflexion concernant la flexibilité des horaires de travail s'impose, dans les entreprises, afin d'éviter les pics de fréquentation des trains », estime Mario Werren.

Les gares : emplacement idéal pour un commerce ?

Spécialisée dans les solutions de géomarketing, la société MicroGIS a observé l'impact du prix du m² autour des nouvelles gares du Léman Express. « L'axe Pont-Rouge – Eaux-Vives sera plus attractif et entraînera une hausse inévitable du prix des terrains », a relevé son direc-

teur Abram Pointet. Une des conséquences est que les communes concernées vont renoncer à édifier des P+R sur les terrains à proximité des gares, devenus coûteux.

Pour un commerce, s'installer dans une gare est-il forcément un bon filon ? Pas si simple : selon MicroGIS, l'attractivité d'une gare dépend de divers facteurs. Tout d'abord, de la nature du commerce : s'agit-il de produits que l'on achète rapidement, en route ? Il faut aussi savoir à quel endroit de la gare le commerce va se trouver et quelles sont les habitudes de déplacement de la population environnante. En outre, chaque station a ses spécificités.

LE LÉMAN EXPRESS BÉNÉFICIERA AUTANT AUX DÉPLACEMENTS POUR LES LOISIRS QU'AUX PENDULAIRES

Les autorités, pour leur part, devront être attentives à la distorsion de concurrence qui risque d'apparaître entre les magasins déjà établis et ceux qui, installés dans les gares, capteront les passagers 7 jours sur 7. L'octroi des baux commerciaux dans les gares est géré différemment en France et en Suisse. Les CFF préfèrent miser sur les grandes enseignes, plus rassurantes que les indépendants. À Annemasse, c'est la municipalité qui a octroyé les baux, en tenant compte de divers critères.

En tant que franchisé de la marque Gagao (magasins spécialisés dans

le cacao bio et équitable), Ali Mekidiche sera au plus près des passagers. Il compte en effet attirer, chaque jour de la semaine, 300 clients dans sa boutique de la gare rénovée d'Annemasse. À près de 5 euros le panier moyen, son chiffre d'affaires pourrait être intéressant. Il va d'ailleurs embaucher six personnes. Mais M. Mekidiche ne s'est pas lancé les yeux fermés : il s'est fait accompagner par des organismes locaux, a mené sa propre étude de marché et lancé au préalable un salon de thé dans la ville.

Facteur d'attractivité

Le nouvel axe de mobilité que représente le Léman Express a tout pour séduire les communes, et pas uniquement celles traversées par le RER. Xavier Magnin, président de l'Association des communes genevoises (ACG), a pu en témoigner : « Le CEVA offrira une infrastructure profitable à l'ensemble du canton. La plupart des communes bénéficieront d'une baisse du trafic de transit. Celles qui sont en marge, telles que Meyrin, disposent déjà du tram.

Au-delà du RER, c'est bien la complémentarité des transports qui est primordiale ». L'un des défis demeure néanmoins le « rabattement » des usagers vers les gares. En tant que conseiller administratif à Plan-les-Ouates, il est en contact avec Archamps pour assurer un rabattement des usagers vers la station la plus proche grâce au concept de voitures autonomes Echosmile. Dans cette perspective, la construction de parkings P+R en Haute-Savoie, bien en amont d'Annemasse, sera indispensable. Car près des gares, au terrain cher, les communes privilégient la construction de logements plutôt que de parkings !

LES NOUVELLES GARES ATTIRENT LES ENTREPRISES

Les entreprises du centre-ville vont-elles pour autant migrer vers les nouvelles gares ? Ce ne sera en tous cas pas un phénomène de masse ; le cœur de Genève, bien desservi, devrait garder toute son attractivité. ■

Un projet estampillé « Grand Genève »



Le Léman Express est l'une des réalisations-phares du Grand Genève. De par son ampleur, le projet ferroviaire va concerner la majorité du million d'habitants qui le composent. Il paraissait légitime que le logo du Grand Genève figure sur les rames. Un emblème qui est aussi un puissant vecteur promotionnel pour rapprocher les entités d'un territoire hétéroclite.

Le Forum d'agglomération du Grand Genève a donc demandé le 20 mai dernier au président du Conseil d'Etat Antonio Hodgers, en tant que président du Groupement local de coopération transfrontalière (GLCT), d'œuvrer pour que ce logo y figure bel et bien dès l'entrée en service du Léman Express le 15 décembre 2019.

* « Le Grand Genève, centre urbain et pôle métropolitain », novembre 2011, CCIG et BCGE, en collaboration avec l'OCSTAT. À retrouver sous <https://tinyurl.com/etudeeco2011>

SPGINTERCITY
COMMERCIAL PROPERTY ADVISORS

Plan-les-Ouates | Chemin du Pré-Fleuri 3

Magnifique arcade de 840 m² grande hauteur en rez-de-chaussée
Livrée semi-aménagée, environnement lumineux et de qualité
Excellente visibilité au cœur de la ZIPLO

Bureaux privés, aménagés de 60 à 75 m²
Salles de conférences et cafétéria communes
Baux flexibles de courte durée

Disponibilité immédiate

SPG Intercity Geneva SA geneva.spgintercity.ch
Sarah Ducrey 022 707 46 77 | sarah.ducrey@spgi.ch

À louer

BLUEBOX
Bureaux
showroom et
ateliers en zone
industrielle



IN ASSOCIATION WITH
CUSHMAN & WAKEFIELD

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Vers une mobilité plus vertueuse

En juin dernier, un séminaire de TGV Lyria a permis d'aborder la mobilité sous le prisme du développement durable. Deux entreprises, en l'occurrence les CFF et le groupe Richemont, ont su améliorer le transport des usagers ou de leurs collaborateurs. Témoignages.

En introduction, les représentants de TGV Lyria ont fait part de l'engagement de leur entreprise pour la durabilité. La directrice Suisse/Europe **Valentine Achi** a souligné l'importance de cette dynamique, car le transport représente 30 % des émissions de CO₂ en Suisse. Son collègue **Fabien Soulet** a montré le potentiel qui existe avec les huit trajets journaliers en TGV de Genève à Paris, alors que la moitié des voyages entre ces deux villes se fait encore en avion.

Comment les CFF encouragent-ils le développement durable au quotidien? L'ex-régie fédérale le fait de plusieurs manières. « En moyenne, par personne, le train est 27 fois moins polluant que la voiture à essence », comme l'explique **Alain Barbey**, directeur Régional Ouest CFF. Si le rail n'existait pas pour les marchandises, il faudrait 150 000 camions de plus pour les transporter. Malgré ces statistiques favorables, les CFF visent une baisse de leurs émissions CO₂ de 50 % d'ici à 2025. « L'utilisateur a aussi intérêt à consommer strictement ce dont il a besoin », poursuit Alain Barbey.

Sur le volet social, 2000 entreprises ont aussi adhéré à la charte Work Smart co-initiée par les CFF pour encourager le télétravail et une flexibilité des horaires. En ce sens, ils se soucient de l'évolution urbaine:

alors que les villes accueillent 30% de la population suisse en 1950, elles en absorberont 66 % en 2050 avec une densification accrue, ce qui modifie les enjeux du trafic régional, d'autant plus que les espaces de coworking freineront les déplacements inutiles.

Un plan en trois catégories

Le Campus Richemont à Villars-sur-Glâne n'est pas en reste. Son directeur ressources humaines, **Laurent Gorgé**, a présenté les plans développés auprès des 850 collaborateurs du site. 18 % ne viennent pas en voiture et 44 % ne peuvent compter que sur leur auto depuis leur domicile. Mais 38 % n'ont aucune excuse pour ne pas utiliser un transport public ou non polluant. En guise d'encouragement, un plan mobilité a été établi en trois catégories, du moins au plus polluant. Dans la première, le participant touche une prime éco-mobilité de 700 francs ou se fait rembourser l'achat d'un vélo; dans la deuxième, il perçoit un défraiement, en particulier pour le covoiturage; dans la troisième, il paie 30 francs mensuels pour pouvoir utiliser le parking à véhicule motorisé. Grâce à l'outil de gestion Fairpark, l'entreprise a constaté que 74 % des participants ont utilisé les parkings, 6 % ont fait du covoiturage, 7 % ont pris le train, 6 % ont employé la mobilité douce et 7 % se sont fait accompagner par un tiers. Organiser un tel plan est aussi un calcul financier intéressant, car ce qu'il rapporte est souvent plus élevé que la subvention attribuée, et permet de réinvestir le surplus. Au groupe Richemont, en l'espace de quelques mois, la part de mobilité douce est déjà passée de 19 % à 24 %, prouvant que le système est juste et motivant. ■

PARTENAIRE

Un accompagnement personnalisé pour les PME, les indépendants et les professions libérales

Les conseillers BCGE experts PME répondent aux besoins tant professionnels que privés des entrepreneurs

Être entrepreneur exige une réactivité permanente et une adaptation rapide aux enjeux d'un monde économique en perpétuelle mutation. Pour se concentrer sur l'essentiel, le chef d'entreprise a besoin d'être accompagné et soutenu dans ses démarches administratives et financières. Un soutien que la BCGE, banque commerciale universelle, assure quotidiennement aux dirigeants d'entreprises.

Qu'attend un chef d'entreprise de son banquier pour renforcer le succès et la pérennité de ses affaires? Des prestations et services adaptés au cycle de vie de son entreprise que ce soit en matière de trésorerie, de financement ou de prévoyance.

1 entreprise genevoise sur 3 fait confiance à la BCGE

La Banque Cantonale de Genève est le partenaire stratégique des entrepreneurs, des indépendants et des professions libérales. Grâce à son réseau de conseillers experts dédiés aux PME, dans chacune de ses 21 agences, elle leur garantit proximité et disponibilité.

Des solutions PME sur mesure proposées par un banquier spécialisé

Le dirigeant d'entreprise peut compter sur un interlocuteur BCGE unique qui se déplace régulièrement

dans ses locaux, connaît sa situation financière et sait anticiper ses besoins tant professionnels que privés. Son conseiller lui propose des solutions adaptées, que ce soit en termes d'encaissement, de paiement, de financement du fonds de roulement ou d'investissement. Il fait appel aux centres d'expertises de la BCGE afin de guider chaque entrepreneur dans des problématiques spécifiques telles que la sécurisation et le développement des activités d'import/export, l'optimisation de la caisse de pension dans le domaine de la prévoyance ou encore la valorisation et la transmission d'entreprise lors de la recherche d'un successeur.

Force motrice de l'économie genevoise, avec plus de CHF 16 milliards de financement

La BCGE assume sa responsabilité de leader auprès des entrepreneurs de tous secteurs, de la micro-entreprise locale à la PME ouverte sur le monde. Membre de l'Union des Banques Cantonales Suisses, la Banque se place au cœur d'un réseau financier d'envergure, n° 1 en termes de financement des PME en Suisse. Grâce à ses centres de compétences personnalisés et à sa gamme complète de prestations, elle est un facteur déterminant du succès des dirigeants, indépendants et professions libérales.



BCGE

Aux côtés des entrepreneurs

Plus d'informations ?

☎ 058 211 21 00

du lun. au ven. de 7h30 à 19h30
et sam. de 9h00 à 16h00

info@bcge.ch

Rejoignez-nous sur
bcge.ch/entreprises

e-services

C'est fou comme quelques clics peuvent améliorer un voyage.

ResaPark • Priority Lane • Salon VIP



Réservation
www.gva.ch/eservices

by **GENÈVE**
AÉROPORT

AGENDA

Lundi 23 septembre 2019 de 16 h à 22 h
Hôtel Ramada Encore Genève, route des Jeunes 10-12, Genève

Cérémonie de remise des Prix de l'économie genevoise précédée d'un panel sur les enjeux de la formation pour l'industrie du futur



Cette année, la cérémonie de remise des Prix de l'économie genevoise et de l'innovation pourrait être placée sous le slogan « Ensemble, on est plus forts ». En effet, l'après-midi débutera par une discussion sur les enjeux de la formation pour l'industrie du futur, s'inscrivant dans le cadre de la campagne « Industrie-Genève ». Le panel comprendra Monica Boselli de l'ifage, Danièle Castle de digitalswitzerland, Grégoire Evêquoz, ex-directeur de l'OFPC, et Jean-Daniel Schmidt de La Manufacture.

Mardi 29 octobre 2019 à Palexpo, Genève

17^e Evénement économique

L'étude économique qui sera présentée porte cette année sur les démarches de développement durable que les entreprises vont être amenées à adopter. Deux tables rondes sont prévues, l'une a pour titre « Responsabilité sociétale et environnementale du conseil d'administration, éthique ou conformité? » et l'autre « Le développement durable au service de mon entreprise ».

Les invitations seront envoyées aux membres et invités courant septembre.

PROGRAMME ET INSCRIPTIONS : <https://agenda.ccig.ch/agenda>

Save the date

Jeudi 12 septembre 2019 de 8 h à 10 h 30
Ecole-club Migros de Pont-Rouge, Grand-Lancy



Prévenir le burnout

L'impact négatif et les coûts pour l'entreprise d'un haut niveau de stress et d'une motivation basse de ses collaborateurs sont énormes. Cette conférence permettra de présenter les outils qui permettent de pallier ces risques psychosociaux.

TABLE RONDE DU GRAND GENÈVE

Mardi 1 octobre 2019 de 7 h 45 à 9 h 30
Archamps Technopole, Archamps

Nouveaux métiers: Comment anticiper les besoins de demain pour les entreprises du Grand Genève?

PROGRAMME ET INSCRIPTIONS : <https://agenda.ccig.ch/agenda>

RÉSEAUTAGE

Le 7h30 de la Chambre

Jeudi 12 septembre 2019 de 7 h 30 à 9 h 30
CCIG, bd du Théâtre 4, Genève



Afterwork CCIG

Jeudi 19 septembre 2019 de 17 h 30 à 20 h
Le Cube, route des Jeunes 41b, Genève

Le 17h30 de la Chambre

Mardi 24 septembre 2019 de 17 h 30 à 19 h 30
CCIG, bd du Théâtre 4, Genève



Le réseautage productif: comment rencontrer l'autre

Jeudi 3 octobre 2019 de 8 h à 10 h
CCIG, bd du Théâtre 4, Genève

PROGRAMME ET INSCRIPTIONS : <https://agenda.ccig.ch/agenda>

Vendredi 27 septembre 2019 - CCIG

Rencontre du Management durable

Système de management environnemental

Save the date

IMPRESSUM

CCIGinfo

Bulletin d'information de la CCIG.
Paraît 11 fois par an, 3700 exemplaires

Responsable d'édition:
Alexandra Rys

Rédaction:
Alexis Barbey, Fabienne Delachaux,
Nicolas Grangier, Alexandra Rys

Publicité:
HP media SA, tél. 022 786 70 00

Conception: ROSS graphic design

Impression: Atar Roto Presse SA, Satigny

Informations:
publications@ccig.ch



Chambre de commerce, d'industrie et des services de Genève

4, boulevard du Théâtre - 1204 Genève

Adresse postale
Case postale 5039 - 1211 Genève 11
Tél. 022 819 91 11 - Fax 022 819 91 00



MIXTE
Papier issu de
sources responsables
FSC® C008839



neutral
myclimate.org

imprimé en Suisse

PARTENAIRES

PLATINE



OR



ARGENT



BRONZE



Fait ici, pour ici, avec nous.

Plus de 100 projets environnementaux et d'innovation durable financés par les Fonds Vitale de SIG.