www.ccig.ch

MENSUEL

No 7
Juillet/Août 2017

CCIGinfo

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

Produits du terroir

Genève peut se targuer d'avoir des produits locaux de qualité, en partie grâce à la marque GRTA. **PAGE 5**

Libre-circulation

Un débat sur les liens Suisse-Europe était organisé à Procter&Gamble le 10 mai dernier. **PAGE 5**

La CCIG et son réseau

Dans la série sur les structures auxquelles est associée la CCIG, place à Genilem. **PAGE 6**

COMMERCE INTERNATIONAL

À la conquête de l'Amérique !

Une délégation, co-organisée par la CCIG et l'Etat de Genève, a mis le cap sur les Etats-Unis du 30 avril au 6 mai dernier, pour une fructueuse mission économique. Des entrepreneurs genevois ont accompagné le conseiller d'Etat Pierre Maudet à New York et dans la Silicon Valley.

Les participants à la délégation genevoise en mission aux USA dans la nouvelle gare, surnommée Oculus, du « WTC Transportation Hub », dessinée par l'architecte Santiago Calatrava.

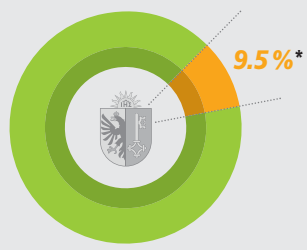
La CCIG a mis sur pied cette opération conjointement avec la DG DERI (Direction générale du développement économique, de la recherche et de l'innovation), représentée par son nouveau directeur Nicholas Niggli. Mais aussi avec le soutien de Switzerland Global Enterprise et de FERT. Elle a ainsi prouvé sa volonté d'accompagner ses membres dans le développement de leurs affaires à l'étranger. L'objectif était triple : se nourrir des meilleures pratiques locales, valoriser les entreprises américaines présentes en nombre à Genève et promouvoir les entrepreneurs helvétiques auprès du deuxième partenaire économique de la Suisse. N'oublions pas que le PIB des Etats-Unis représente près de 30 % de l'économie mondiale.

Parmi les 30 participants, on trouvait 25 entrepreneurs genevois issus d'horizons variés, tels que la finance, la communication et les technologies de l'information, l'hôtellerie et le commerce de détail. Au sein des représentants d'institutions, la CCIG était présente en force, avec son directeur général adjoint Vincent Subilia et son ancien président Pierre Poncet, de même que Sébastien Aeschbach, membre de son Conseil. S'ajoutaient Denis Hochstrasser, vice-recteur de l'Université de Genève, et Antonio Gambardella, directeur de la FONGIT.

De riches sources d'inspiration

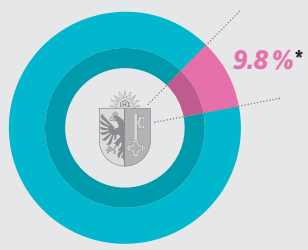
Le thème-clé de la mission était l'innovation, déclinée notamment en termes de digitalisation. Et précisément, les particularités de l'économie américaine sont la forte numérisation, l'accès massif au capital-risque et un esprit entrepreneurial développé. Des sources d'inspiration évidentes pour les membres de la délégation à la recherche d'idées pour gagner en productivité ou développer de nouveaux modèles commerciaux. À l'instar du secteur du commerce de détail, qui souhaitait explorer des pistes innovantes pour s'adapter aux changements technologiques.

EXPORTATIONS DE LA SUISSE VERS LES ÉTATS-UNIS : 27,44 MILLIARDS DE FRANCS
(en 2015)



* Exportations en provenance de Genève : *1,834 milliard* de francs

IMPORTATIONS DES ÉTATS-UNIS VERS LA SUISSE : 11,65 MILLIARDS DE FRANCS
(en 2015)



* Importations en provenance de Genève : *1,286 milliard* de francs

suite page 2

Votre partenaire de référence pour le recrutement de profils universitaires

Employeurs E
U Université

Uni-emploi

- Publications d'offres d'emploi
- Forums carrières
- Réseau d'Alumni

022 379 77 02 | emploi@unige.ch

UNIVERSITÉ DE GENÈVE

suite de la page 1

FRÉDÉRIQUE **REEB-LANDRY**
Directrice générale

ÉDITORIAL

La prospérité de Genève dépend de celle de ses PME

L'évolution du nom de la Chambre de commerce, d'industrie et des services de Genève illustre sa capacité à s'adapter aux mutations de l'économie. Le terme « industrie » a ainsi été ajouté en 1961, celui de « services », en 2006. À l'heure de la transformation digitale, nous devons continuer à prouver notre agilité à anticiper les enjeux auxquels vous, nos membres, êtes confrontés, en apportant des solutions.

Par la proximité que nous entretenons avec vous – et que nous souhaitons cultiver toujours davantage –, nous avons l'avantage d'être en première ligne de vos réalités. De cet observatoire privilégié, nous revendiquons la légitimité de porter haut et fort la voix des PME pour défendre les conditions cadres nécessaires à votre développement. Que cela soit sur la scène locale, régionale ou dans le cadre d'enjeux fédéraux.

Promouvoir 2500 entreprises membres, de même que défendre leurs intérêts, sont deux nobles missions sur lesquelles la CCIG a bâti sa crédibilité. Mais au-delà de ces sociétés elles-mêmes et de leur vitalité économique, il est surtout question de quelque 130 000 emplois, tous précieux. C'est aussi, plus généralement, un environnement de travail favorable, compétitif et innovant qui est en jeu.

Avec une totale indépendance, la CCIG s'engage pour l'attractivité économique de Genève. Aux quatre grands thèmes que sont l'aménagement, l'énergie, la fiscalité et la mobilité, nous allons être amenés à nous saisir d'autres dossiers d'importance. Pensons, par exemple, à la bureaucratie et aux réglementations galopantes, qui deviennent un véritable fardeau pour nombre de nos PME.

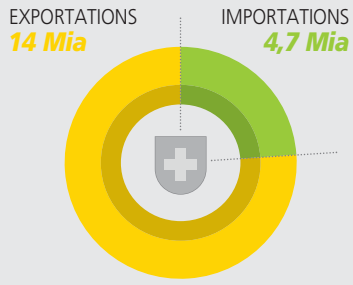
C'est donc avec détermination et dans le souci de s'appliquer à elle-même cette agilité que l'on attend aujourd'hui de toutes les entreprises, que la CCIG entend faire évoluer tant la gamme de ses prestations que l'étendue de ses batailles. Vos besoins et vos activités seront nos guides. Grâce à un comité de direction engagé et une équipe de professionnels tous dédiés à votre service, nous allons continuer à œuvrer à l'intérêt commun de notre tissu économique.

Je vous souhaite, chers membres, un très bon été à tous, qu'il soit récréatif ou actif.

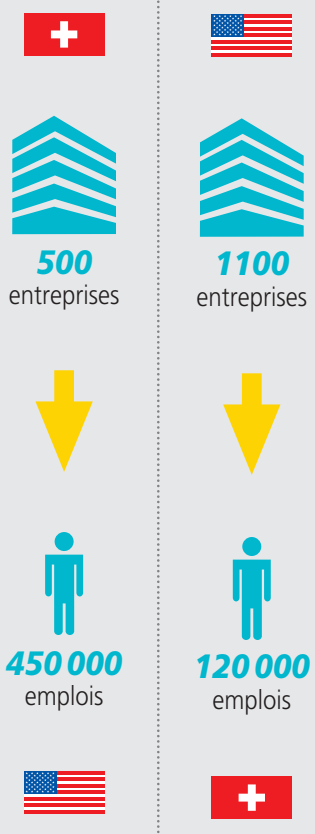
LES ÉTATS-UNIS CONSTITUENT LE PLUS IMPORTANT INVESTISSEUR ÉTRANGER EN SUISSE, AVEC 130 MILLIARDS DE DOLLARS
(en 2012)

À L'INVERSE, LA SUISSE EST LE 6E INVESTISSEUR DANS L'ÉCONOMIE AMÉRICAINE AVEC 209 MILLIARDS DE DOLLARS D'INVESTISSEMENTS
(en 2012)

LA CHIMIE ET LA PHARMA REPRÉSENTENT PLUS DE LA MOITIÉ DES EXPORTATIONS SUISSES VERS LES ÉTATS-UNIS 14 MILLIARDS DE FRANCS
(en 2015)



500 ENTREPRISES HELVÉTIQUES
(3500 FILIALES, SURTOUT EN CALIFORNIE, AU TEXAS, À NEW YORK ET DANS LE NEW JERSEY)
AUX ÉTATS-UNIS GÉNÈRENT 450 000 EMPLOIS DIRECTS



À L'INVERSE, LA SUISSE DÉNOMBRE 1100 SOCIÉTÉS AMÉRICAINES, REPRÉSENTANT 120 000 PLACES DE TRAVAIL

Le nouveau contexte politique outre-Atlantique risque d'affecter le tissu économique du bout du lac. Si les Etats-Unis mettent en œuvre une baisse massive de leur imposition, des délocalisations sont en effet à craindre et Genève pourrait en pâtir, étant donnée la forte concentration de sociétés américaines sur son sol. Il est donc essentiel de valoriser les atouts genevois auprès de toutes les entreprises américaines historiquement présentes au bout du Léman. Comme de convaincre celles qui ne sont pas encore implantées de faire de Genève leur hub européen. L'arc lémanique est particulièrement innovant dans des clusters comme les medtech et fintech, avec l'appui d'incubateurs et d'un tissu académique de rang mondial. En cela, il rejoint l'état d'esprit des start-up de la Silicon Valley.

Genève a une carte à jouer

Le conseiller d'Etat Pierre Maudet a aussi exprimé sa satisfaction après ce séjour d'affaires : « Cette mission économique aux Etats-Unis m'a conforté dans l'idée que Genève jouit d'un fort rayonnement auprès des entreprises américaines que l'on héberge sur notre territoire, et que nous avons eu l'occasion de visiter, telles que IBM, JP Morgan, HP Enterprise, HP Inc. ou encore Oracle. Ce voyage m'a également persuadé que notre canton avait définitivement une carte à jouer dans la gouvernance globale de la 4e révolution industrielle, comme en a témoigné le directeur de la nouvelle antenne du WEF à San Francisco. C'est donc sur une note positive et optimiste que je reviens du nouveau continent, avec de nombreux projets en tête pour Genève. » ■

LA BALANCE COMMERCIALE POSITIVE EN FAVEUR DE GENÈVE S'ÉLÈVE À 6,277 MILLIARDS DE FRANCS

LES FILIALES SUISSES PAIENT LE SALAIRE MOYEN LE PLUS ÉLEVÉ PARMI CELLES PRÉSENTES AUX ÉTATS-UNIS, 103 200 DOLLARS PAR AN

ELLES DÉPENSENT PLUS QUE TOUS LES AUTRES PAYS EN R&D, 10,1 MILLIARDS DE DOLLARS

ON DÉNOMBRE 4450 CITOYENS AMÉRICAINS À GENÈVE

suite page 3

Témoignages d'entrepreneurs

Le CCIGinfo a sollicité les participants à cette mission économique pour leur poser les trois questions suivantes :

1. Quels étaient vos objectifs en vous inscrivant à cette mission économique ?
2. Quelles opportunités avez-vous identifiées ?
3. Vos objectifs ont-ils été atteints ?

Sébastien AESCHBACH
directeur d'Aeschbach Chaussures

1. Mon objectif était double. Tout d'abord, me confronter à l'économie 4.0 encore en gestation, comprendre les nouvelles technologies et discuter de leurs potentielles implications sur notre société, notre responsabilité éthique, notre économie et nos modèles d'affaires avec les membres de la délégation. Ensuite, découvrir le commerce de détail connecté selon les Américains par la visite d'un centre commercial omni-canal.
2. L'apport grandissant de la technologie dans le traitement et l'analyse des données permettra un gain d'efficience sur de nombreuses procédures et facilitera la prise de décision. Dans notre branche, la nécessaire transformation digitale de tous les acteurs du commerce de détail traditionnel doit nous apprendre à miser sur nos forces (accueil, service, qualité), en renforçant notre présence sur internet. Les principales difficultés, ou menaces, ce sont d'intégrer les nouvelles technologies à tous les niveaux de notre société (éducation, santé, économie, etc.). Cela pose de nombreuses questions éthiques : quelle importance aura la robotisation, quel rôle pour l'être humain ou encore quelles actions doivent être prises par nos gouvernants ?
3. Oui, au-delà de mes attentes ! Les débats vifs et animés sur de réels enjeux de société m'ont persuadé de la nécessité de réfléchir, dès à présent et sans tabou, à notre avenir et aux impacts fondamentaux que la révolution 4.0 aura sur nos vies. Je suis également convaincu des nombreux atouts que le commerce dit « traditionnel » peut faire valoir dans la satisfaction des besoins des clients de demain. La voie que nous avons tracée depuis 2010 par le lancement de nos sites de vente demeure ainsi plus que jamais pertinente.

Arnaud GROBET
associé partner de la société Emakina

Aujourd'hui, c'est déjà demain. Nul doute que, pour bien des choses, les Etats-Unis ont toujours eu un temps d'avance. Et pour rester à la page, rien de tel que d'y aller régulièrement et rencontrer les entreprises ou personnes qui vivent aujourd'hui ce qui sera prochainement notre quotidien en Suisse et en Europe.

Dans cette région du monde, la technologie n'est plus le sujet : toutes les industries qui ne souhaitaient pas disparaître l'ont maîtrisée afin d'effectuer leur mutation. Elle est partout, presque invisible. Du coup, le focus s'est re-déplacé vers le design d'expérience pour les clients, collaborateurs et autres parties prenantes.

Les entreprises ont toutes intégré un modèle mixte, entre ressources internes et externes, avec un intérêt prononcé pour les start-ups : celles-ci ne sont pas vues comme des concurrents potentiels de son propre secteur, mais des accélérateurs du domaine. Là-bas, tout le monde se pose en permanence la question : Par qui/quoi pourrais-je être « disrupté » rapidement ? Chez Emakina, nous pensons que pour survivre à la (r)évolution digitale, nos clients doivent innover. En participant à ce type de voyages, nous vivons déjà un peu dans le futur, probablement le meilleur endroit pour les conseiller.

Ivan MEISSNER
directeur général de la société de services Qualimatest

1. A l'ère de l'industrie 4.0, nous devons mettre en œuvre notre transformation digitale afin de profiter des opportunités qui s'offrent à nous. J'ai participé à cette mission pour voir comment les entreprises américaines, probablement leaders dans ce domaine, ont développé leurs modèles d'affaire autour du numérique et de l'intelligence artificielle.
2. Lors des nombreuses visites réalisées à New York et San Francisco, j'ai bien pu observer l'avance prise aux Etats-Unis dans tous les domaines. La haute technologie numérique, en particulier l'intelligence artificielle, est appliquée dans les sociétés de nouvelles technologies, mais aussi des domaines traditionnels tels que le monde bancaire. J'ai aussi été marqué par l'importance du design dans les processus de création des produits et des services : l'expérience utilisateur est au cœur de la création.
3. Les rencontres réalisées dans les écosystèmes visités m'ont vraiment fait progressé dans la compréhension des possibilités qu'offrent la transition vers le numérique et donc l'importance de faire évoluer notre groupe en ce sens.

David PIVODA
CEO de l'agence de communication Une SA

1. Mes objectifs étaient d'être au contact d'entrepreneurs genevois et surtout de sentir les tendances et les innovations développées aux USA. Ce genre de semaine vous permet de sortir la tête du guidon et de remettre en perspective votre approche professionnelle.
2. Les opportunités sont surtout liées à la digitalisation de nos sociétés. Etant un acteur de ce domaine, les Américains nous donnent une leçon sur leur pragmatisme et leur capacité à passer directement à l'action, de l'idée à sa réalisation. Leur écosystème est fantastique, notamment sous l'angle du financement des startup. Tout se règle rapidement, tant que l'idée est percutante.
3. Complètement, ce voyage a rechargé à bloc mes batteries, je me rends compte que nous avons une vraie carte à jouer dans cette 4e révolution industrielle. Nous sommes respectés, mais personne ne nous attendra : à nous entrepreneurs et politiques de prendre nos responsabilités pour une Genève prospère et innovante.

Danila MARIOTTI
responsable de desk Commodity Trade Finance Group, BCGE

La mission de la Banque Cantonale de Genève (BCGE) étant de contribuer au développement économique de la région genevoise, c'est tout naturellement que nous avons accepté de faire partie de la délégation. Cette dernière souhaitait découvrir les tendances qui se font jour aux Etats-Unis et plus particulièrement dans la Silicon Valley. Comme nous cherchons constamment à nous adapter aux évolutions des nouvelles technologies afin de pouvoir répondre au mieux aux besoins de sa clientèle, notre participation à ce genre de délégation revêt pour nous un intérêt particulier.

Jonathan NORMAND
fondateur de la société en conseil durable Codethic

1. J'ai entamé ce voyage avec deux objectifs : partager mon expérience des questions d'éthique et de gouvernance avec des entreprises genevoises et américaines ; être inspiré par les acteurs rencontrés outre-Atlantique, en particulier sur leur approche de la digitalisation de l'économie et les questions éthiques qu'elle soulève.
2. J'ai pu valider avec des représentants de l'écosystème genevois l'opportunité d'implémenter dès 2017 des projets novateurs afin de positionner Genève comme un pôle de rayonnement mondial sur les enjeux de la finance durable ou des libertés numériques. La rencontre avec l'ONG B Lab à New York a permis d'échanger en présence du chef de cabinet du Maire sur le programme Best For New York City. Une initiative que je souhaite lancer prochainement sous le nom Best For Geneva, qui est en ligne avec les objectifs de la stratégie économique cantonale 2030. L'idée est simple et ambitieuse : mobiliser les acteurs du tissu économique genevois à travers un programme immersif et engageant pour apporter des réponses concrètes et innovantes aux enjeux sociaux et environnementaux de notre territoire.
3. Une learning expedition réussie ! Bravo aux équipes de la DG DERI et de la CCIG pour la qualité et le nombre impressionnant d'acteurs rencontrés en cinq jours.

Thierry PAPILLOUD
CEO de la société industrielle AiM Services

1. Tout d'abord, découvrir l'innovation made in US, celle qui nous fait rêver comme Airbnb. Ce qui m'importait plus particulièrement, c'était de découvrir des cas d'application métier transposable chez nous. Mais aussi, je voulais comprendre pourquoi tout semble plus simple chez eux. Je souhaitais également faire de belles rencontres au sein même de la délégation et avoir l'opportunité d'accéder à certaines personnes que l'on a moins l'occasion de côtoyer.
2. Pas d'opportunités directes, mais des confirmations sur les choix technologiques que nous avons fait chez AiM, notamment le partenariat stratégique que nous avons conclu avec IBM autour des solutions watson. Mais aussi des opportunités indirectes au travers des personnes rencontrées durant cette mission, dont certaines devraient aboutir prochainement. Je reviens de ce voyage avec de belles idées à creuser, et j'espère pouvoir les mettre en œuvre dans le courant de l'année.
3. Oui, mes objectifs ont été atteints et je me réjouis déjà de la prochaine délégation en septembre 2018.

L'objectif de la délégation était de promouvoir Genève, de présenter la place genevoise et toutes les possibilités qu'elle offre aux entreprises américaines qui souhaiteraient s'implanter en Europe. Une grande partie des sociétés visitées sont d'ailleurs déjà présentes dans la Cité de Calvin. En sa qualité de représentant du pôle financier, la BCGE a ainsi pu faire état de l'excellence de l'infrastructure bancaire et de l'expertise financière de pointe de Genève qui constitue une réelle plus-value pour des entreprises désireuses de s'implanter outre-Atlantique.