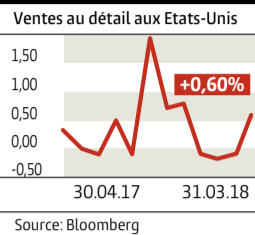


Economie & Finance

Ventes en hausse

Les ventes au détail aux Etats-Unis ont rebondi plus que prévu en mars, selon les statistiques du Département du commerce. L'indice a augmenté de 0,6%, alors que les analystes tablaient sur 0,4%.

REBOND EN MARS



CARLO CALENDA

Ministre italien du Développement économique

La proposition de la compagnie allemande Lufthansa concernant une éventuelle reprise d'Alitalia est «la plus prometteuse», a jugé le ministre lundi.



1500

LE NOMBRE D'EMPLOIS QUE GENERAL MOTORS VA SUPPRIMER. Le constructeur automobile a confirmé dimanche l'élimination de 1500 emplois dans l'usine de Lordstown, dans l'Ohio, où GM produit la Chevrolet Cruze, une petite berline dont les ventes ont chuté de 32% depuis quatre ans.

SMI	8726,54	-0,57%	Dollar/franc	0,9594	↓
Euro/franc	1,1871	↓	Euro/dollar	1,2375	↑
Euro Stoxx 50	377,74	-0,39%	Libre st./franc	1,3748	↑
FTSE 100	7198,20	-0,91%	Baril Brent/dollar	71,66	↑
			Once d'or/dollar	1343	↑

Les résultats secrets des horlogers font débat

INDUSTRIE Morgan Stanley a publié lundi ses estimations des ventes des horlogers, un exercice jusqu'ici monopolisé par Vontobel. La banque américaine s'intéresse également à la transformation numérique de la distribution

VALÈRE GOGNIAT
@valeregogniat

C'est la fin d'un monopole. Lundi, la banque américaine Morgan Stanley a publié une étude de 23 pages sur l'industrie horlogère suisse dans laquelle figurent notamment des estimations des ventes de toutes les marques du pays. Jusqu'ici, sa concurrente zurichoise Vontobel était la seule à se prêter à ces savants calculs.

L'exercice pique la curiosité du microcosme horloger. Car c'est une habitude caractéristique de cette industrie: les marques rechignent à rendre leurs résultats financiers publics. Soit parce qu'elles appartiennent à de grands groupes qui consolident leurs résultats, soit, au contraire, car elles sont en mains privées.

La version 2017 du rapport Vontobel est attendue pour la fin de cette semaine, mais l'édition 2016 permet déjà de réaliser quelques comparaisons avec l'étude parue lundi. Dans les grandes lignes, pas de surprise: le classement des plus grands noms du pays en termes de chiffre d'affaires estimé est, dans les deux cas, identique: Rolex arrive en tête, suivi d'Omega, Cartier, Longines et Patek Philippe.

Le diable dans les détails

Les deux études ne s'accordent en revanche pas sur de nombreux détails. Pour 2017, Morgan Stanley évalue par exemple les ventes de Rolex à 3,9 milliards de francs alors qu'en 2016, Vontobel les esti-

maît à 4,7 milliards (et ce chiffre devrait avoir encore progressé cette année). Autre exemple: pour la banque américaine, la marque Swatch aurait écoulé 5,9 millions de montres en 2017. A Zurich, on juge plutôt que la barre des 11 millions de montres a été dépassée en 2016.

«Il y a quelques détails que je ne comprends pas mais, dans l'ensemble, c'est du joli travail, commente, bon joueur, l'auteur du rapport de Vontobel, René Weber. Et pour l'amélioration de la transparence dans l'industrie, c'est bien que nous soyons désormais deux à faire l'exercice.»

L'accès direct au client, triplement bénéfique

Au-delà de ces détails comptables, Morgan Stanley, qui s'est associée avec le consultant suisse Olivier Müller pour ce rapport, met un accent particulier sur la vente en ligne et «l'accès direct au client». Le document souligne qu'aujourd'hui quelque 90% des montres suisses (en valeur) sont encore vendues par des détaillants externes plutôt qu'en direct, par exemple via un site d'e-commerce. «C'est une proportion beaucoup plus importante que dans d'autres segments du luxe», constatent les auteurs, qui jugent que cette proportion pourrait baisser à 73% d'ici à 2023.

L'e-commerce et, plus généralement, l'augmentation du rapport direct avec les clients, devrait triplement profiter aux horlogers. D'abord, car cela leur permet de



Le stand de Patek Philippe à Baselworld en 2017. Les marques ont longtemps hésité à passer à la vente sur internet. (ARND WIEGMANN/REUTERS)

mettre la main sur la marge réalisée par le détaillant – pour une montre vendue 10000 francs au client final, cette dernière se monte déjà à environ 4000 francs. Ensuite, car cela permettra aux marques de mieux gérer leurs chaînes d'approvisionnement et d'éviter les problèmes de stocks

Quelque 90% des montres suisses (en valeur) sont encore vendues par des détaillants

rencontrés ces dernières années par les détaillants. Enfin, car les grands noms de la montre auront ainsi un bien meilleur accès aux données de leurs clients finaux, concluent les auteurs.

Depuis fin 2017, on observe une nette accélération de la transition des horlogers suisses vers l'e-com-

merce. «Mais cela vient plus tardivement que dans les autres industries du luxe», note le rapport. Cela s'explique notamment par le fait que les clients ont longtemps eu peur des contrefaçons écoulees sur internet, mais également parce que les horlogers suisses se sont, eux, montrés réticents à se mettre à la vente en ligne. Certains des plus grands, comme Rolex ou Patek Philippe, n'ont d'ailleurs toujours pas franchi le pas. Mais il s'agit d'exceptions.

Un barrage a sauté

«Le barrage de l'e-commerce horloger a sauté», assurent les auteurs. Sur la seule fin d'année 2017, une suite d'annonces leur a donné raison – Omega a lancé son propre site marchand aux Etats-Unis, le blog américain Hodinkee s'est transformé en détaillant multimarque, Bucherer est passé à la vente en ligne, etc. La confiance dans l'authenticité des montres vendues par ces plateformes est un élément clé du développement «spectaculaire» que connaît actuellement la distribution.

«Ce qui est intéressant avec ce basculement dans le monde numérique, c'est qu'il ne s'agit pas d'un développement tranquille, organique, assure Olivier Müller. Au contraire, c'est «rupturiste». Et les détaillants traditionnels ne sont que très peu nombreux à avoir compris que leur modèle d'affaires actuel n'avait pas d'avenir.»

Romande Energie se prépare à la libéralisation du marché

ÉLECTRICITÉ Malgré un contexte tendu, les résultats 2017 du groupe vaudois sont positifs. Mais, d'ici à 2020, le premier fournisseur romand d'électricité devra réorienter son activité sur les services

Sur le papier, les chiffres sont bons. Lundi, Romande Energie a présenté ses résultats 2017 lors d'une conférence de presse à Lausanne. Sur l'année dernière, le groupe vaudois a réalisé un bénéfice net de 121 millions, en hausse de plus de 6% par rapport à 2016. Ses actionnaires, dont l'Etat de Vaud et les communes vaudoises forment une majorité, devraient ainsi recevoir des dividendes de 36 francs par action, un montant identique à celui de l'année dernière.

Dans le détail, les voyants ne sont pas tous au vert. La performance opérationnelle (EBITDA) est en baisse de 11% sur la période. En cause: la baisse des tarifs d'électricité imposée par la Confédération, un hiver 2017 plus doux qui a poussé les Romands à éteindre leur

chauffage, et des résultats décevants pour la nouvelle centrale de production des Forces motrices Hongrin-Léman, entrée en service début 2017. Cette dernière n'est pas assez compétitive sur le marché, selon Pierre-Alain Urech, directeur général du groupe.

Les difficultés du géant Alpiq, qui a perdu 84 millions de francs l'année dernière, pèsent aussi sur Romande Energie, qui en possède 9% via la société EOS Holding. Si le bénéfice est en hausse, c'est donc essentiellement grâce au crédit d'impôts de 45 millions automatiquement prévu par le canton de Vaud dans le cadre de la prochaine entrée en vigueur de la réforme de l'imposition des entreprises, la RIE III.

Equation complexe

A long terme, l'équation semble ainsi complexe pour Romande Energie, notamment parce que Doris Leuthard, la conseillère fédérale chargée de l'Energie, semble décidée à accélérer la libéralisation du marché. Un projet de loi sera d'ailleurs présenté à l'automne au parlement. Pour Pierre-Alain

Urech, il n'est plus question de fermer les yeux face à cette évolution: «Nous n'avons pas peur, il faut faire avec», a-t-il affirmé hier.

Face à la concurrence européenne, l'électricité suisse est trop chère. Pour contourner le problème, Romande Energie a choisi de développer ses activités de services énergétiques comme les réparations ou les installations de chauffage à distance. Ce département compte désormais 150 collaborateurs sur les 830 que totalise le groupe. Sur ce segment, le chiffre d'affaires a doublé en 2017, mais il ne représente encore que 0,2% du résultat opérationnel. L'objectif est d'atteindre les 100 millions en 2023. «La rentabilité est plus faible que dans les activités régulées, admet Pierre-Alain Urech, mais cela reste intéressant. Et c'est une activité qui ne demande pas beaucoup de capitaux, puisqu'il s'agit d'employés qui se déplacent chez le client.»

Investissements en France

Afin d'améliorer sa capacité de production, Romande Energie compte investir 284 millions

entre 2018 et 2023 dans ses propres installations énergétiques. Mais les projets vaudois comme les parcs éoliens de Sainte-Croix ou de Provence sont à l'arrêt, de même que celui du barrage-usine de Massongex, en Valais. En attendant, Romande Energie investit massivement en France, dans des parcs éoliens et des centrales hydrauliques.

Cette stratégie devrait permettre au groupe vaudois de limiter les dégâts au moment de la libéralisation du marché. Mais le directeur général de Romande Energie l'a affirmé: le groupe devra aussi faire des économies. Un plan de réduction des coûts opérationnels de 20 millions est planifié d'ici à 2020. Des licenciements sont-ils prévus? «Nous prendrons des décisions cet automne après avoir analysé la situation», répond Pierre-Alain Urech, sans plus de précisions. Mais nous préférons les transferts d'activité aux suppressions de postes.»

MARIE MAURISSE
@MarieMaurisse

Le Commonwealth pour remédier au Brexit

COMMERCE Alors que le Royaume-Uni se prépare à quitter l'UE, il espère profiter du sommet du Commonwealth qui s'ouvre lundi à Londres pour accroître les échanges commerciaux avec les pays de son ancien empire

«Certaines des économies les plus dynamiques du monde seront présentes. C'est une belle opportunité pour nous de reconstruire de vieilles amitiés», s'est réjoui dimanche Boris Johnson, le ministre des Affaires étrangères, sur la BBC.

Selon une analyse publiée par le secrétariat du Commonwealth, le commerce entre les pays membres de l'organisation devrait progresser de 17% pour atteindre 700 milliards de dollars (673 milliards de francs) d'ici à 2020. «La période post-Brexit pourrait faire apparaître pour le Royaume-Uni d'importantes opportunités de négocier des accords commerciaux bilatéraux avec les pays membres intéressés», souligne-t-il.

A moins d'un an du Brexit, prévu en mars 2019, Londres cherche à ranimer les liens avec les pays de son ancien empire colonial, passés

au second plan depuis l'adhésion du Royaume-Uni à la Communauté économique européenne (CEE) en 1973. Le gouvernement de Theresa May insiste depuis des mois sur la capacité qu'il aura, après le Brexit, à négocier de nouveaux accords commerciaux avec des pays tiers.

Mais pour l'hebdomadaire *The Economist*, le Commonwealth «ne sauvera pas le Royaume-Uni du Brexit». L'idée que le commerce avec les pays de l'ancien empire pourrait compenser les échanges réalisés avec l'UE constitue selon lui «une agréable illusion».

«Une blague»

«Partisans du Brexit, désolé, mais miser sur le Commonwealth est une blague», a écrit dans le *Guardian* Philip Murphy, le directeur de l'Institut des études du Commonwealth, peu avant le sommet. En 2016, sur les 15 principaux partenaires commerciaux du Royaume-Uni, neuf étaient des pays européens, aucun n'était membre du Commonwealth. L'UE représente près de la moitié du commerce extérieur britannique, contre seulement un dixième pour le Commonwealth. — AFP