

CCIG info

moins
de papiers
plus
d'efficacité

devillard.ch

DU COPIEUR À LA GED

devillard

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

Genève internationale

Un millier de participants est attendu au **5^e Africa CEO Forum** les 20 et 21 mars à Genève.

PAGE 4

Marchés publics

20 ans après, l'accord intercantonal sur les marchés publics (AIMP) est-il encore efficace ?

PAGE 5

La CCIG et son réseau

Dans notre série sur les structures régionales liées à la CCIG : les caractéristiques du **CRFG**.

PAGE 7

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

To be or not to be made in Switzerland? Telle est la question

Le 1^{er} janvier 2017 a marqué l'entrée en vigueur de la législation Swissness. Il s'agit de l'aboutissement d'un processus débuté il y a plus de 10 ans, suite à quelques scandales liés à l'utilisation abusive de la « marque suisse », qui avaient entaché la réputation de certaines entreprises et, par voie de conséquence, écorné la réputation et la confiance des consommateurs envers les produits estampillés « Suisse ». À l'exception des montres, il n'existait en effet pas de législation claire et suffisamment précise pour définir les conditions auxquelles la désignation pouvait être apposée sur un produit.



Les valeurs que véhicule la Suisse, désormais mieux protégées par le Swissness.

Or, l'enjeu est tout sauf anodin. Le « made in Switzerland » est considéré comme gage de haute qualité et de fiabilité, tant en Suisse qu'à

l'étranger. Plusieurs études¹ ont ainsi établi que les consommateurs sont prêts à s'acquitter d'un prix de vente plus élevé si l'article acheté porte ce

label. Tout en sachant que la plus-value apportée par cette indication varie fortement selon les produits et marchés. Cette différence varie de

quelques pourcents à plus de 100 % pour certains articles de luxe par rapport au prix d'un produit sans appellation d'origine. On peut rapprocher cette constatation de l'estimation rapportée par le Conseil fédéral selon laquelle les certifications AOP ou IGP (appellations d'origine protégées et indications géographiques protégées) génèrent une plus-value en Suisse et à l'étranger pouvant aller jusqu'à 20 %².

La législation Swissness est mise en œuvre via deux lois (loi fédérale sur la protection des marques et des indications de provenance et loi fédérale sur la protection des armoiries de la Suisse et des autres signes publics) et quatre ordonnances d'exécution. En plus, deux ordonnances dites « de branche » spécifient des conditions propres à un domaine économique donné, en l'occurrence celui de l'horlogerie et celui des cosmétiques.

À noter que n'importe quelle branche économique peut soumettre une demande d'élaboration d'une ordonnance spécifique si elle le juge nécessaire. Pour cela, l'organisme soumettant un projet d'ordonnance doit apporter des preuves de sa représentativité.

De strictes conditions de mise en œuvre

Pour qu'un produit soit considéré comme helvétique selon la législation Swissness, il doit dorénavant remplir une série de conditions spécifiques. Pour les denrées alimentaires par exemple, 80 % au moins du poids des matières premières utilisées doit provenir de Suisse et l'étape de transformation qui confère au produit ses caractéristiques essentielles (transformation de lait en fromage, etc.) doit avoir lieu en Suisse. Certaines exceptions sont prévues. Ainsi, pour les produits laitiers, 100 % du lait utilisé doit être de provenance nationale.

¹ Par exemple l'étude Swissness Worldwide 2016 de l'Université de Saint-Gall ou le message du Conseil fédéral relatif au projet « Swissness » (2009).

² Message du Conseil fédéral (2009) relatif au projet « Swissness », sur la base des données de l'Association suisse des AOP-IGP.

suite page 2

Votre partenaire de référence pour le recrutement de profils universitaires

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

022 379 77 02 | emploi@unige.ch

Employeurs **E**

Université

Uni-emploi



UNIVERSITÉ
DE GENÈVE

ALEXANDRA RYS
Membre de la Direction



Le logement : condition cadre nécessaire à la prospérité

Le fait que Genève compte quatre emplois pour trois personnes actives résidentes est le signe que le canton est attrayant pour les entreprises. Pour la CCIG, ce n'est pas un problème mais un atout : nous devons nous en féliciter et cultiver cette attractivité. Ce qui est problématique, toutefois, est le fait que le canton n'arrive pas à loger tous ses travailleurs. À cet égard, pour la CCIG, le logement fait indubitablement partie des conditions cadre nécessaires à notre prospérité économique.

C'est dans cet esprit que la Chambre a, conjointement avec le département de l'aménagement, du logement et de l'énergie (DALE), mandaté l'Université de Genève et la Haute école de gestion pour analyser l'impact du lieu de résidence sur la consommation de biens et services. La question posée dans cette étude est simple : parmi les personnes qui vivent dans le Grand Genève mais travaillent dans le canton, quelle proportion d'entre elles reviendraient s'établir dans le canton et quel en serait l'impact sur l'économie cantonale ?

Comme on s'en doutait, l'insuffisance de logements disponibles à Genève a causé l'exil d'un grand nombre de ménages, notamment de ceux désireux d'être propriétaires de leur logement (n'oublions pas qu'à Genève, le taux de logements occupés par leur propriétaire est l'un des plus bas de Suisse). En effet, environ un tiers des personnes interrogées travaillant à Genève habitaient Genève avant de s'installer dans le Grand Genève. À conditions comparables de logement et de qualité de vie, 39 % des sondés envisageraient de venir vivre dans le canton.

Le retour de ces ménages rapporterait à l'économie du canton entre 530 et 700 millions dus à la consommation des ménages, soit l'équivalent de 1,1 à 1,5% du PIB.

L'étude met également en lumière la volonté des personnes interrogées de conserver leur qualité de vie si elles revenaient à Genève, c'est-à-dire d'accéder à des logements abordables dans un environnement agréable. La CCIG a toujours soutenu que densité de logements peut aisément rimer avec qualité : cette étude livre donc une belle incitation à avancer dans cette direction, en alliant quantité et qualité.

Les résultats détaillés de l'étude, présentée le 7 février dernier, se trouvent sur www.ccig.ch/blog, à la rubrique Communiqués de presse.

ÉDITORIAL

suite de la page 1 ►



Les certifications d'origine telles que celle qui protège le cardon genevois sont nombreuses et représentent un enjeu majeur pour les producteurs.

À l'inverse, pour les matières premières qui n'existent pas ou alors qu'en quantités insuffisantes en Suisse (le cacao, certaines plantes exotiques, etc.), le calcul permet de tenir compte de cette carence. S'agissant de Genève, relevons que les denrées issues des zones franches, certifiées par exemple par les labels Suisse Garantie ou Genève Région Terre Avenir (GRTA) antérieurs au Swissness, sont également comprises dans le périmètre Swissness. Pour les entreprises agricoles du canton, cet élément revêt une importance centrale.

Pour les marchandises industrielles, 60 % au moins du coût de revient doit être réalisé en Suisse. Les coûts de recherche et de développement sont compris dans le calcul. Afin de s'assurer que le produit fini correspond à l'esprit du « made in Switzerland », la législation impose également que l'étape qui lui confère ses caractéristiques essentielles ait lieu en Suisse, en plus du fait qu'une étape de fabrication physique doit se dérouler dans le pays. Comme dans le cas des produits agricoles, des exceptions sont possibles, si des matières premières ou des produits semi-finis n'existent pas dans le pays. S'agissant enfin du secteur tertiaire, une entreprise qui souhaite vendre un service indigène doit non seulement avoir son siège en Suisse, mais également y être effectivement administrée.

Un Swissness diversement accueilli

La nouvelle législation Swissness est diversement accueillie par les

différents secteurs économiques³. Pour certains d'entre eux, elle apporte une protection fondamentale contre les risques de tromperie du consommateur. Pour d'autres, elle est trop complexe à appliquer et place la barre de la « suissitude » trop haut. Il est ainsi relevé que, s'agissant des produits industriels, la jurisprudence appliquée jusqu'à son entrée en vigueur fixait la part des coûts nécessairement consentis en Suisse à 50 %, soit 10 % de moins que le Swissness. Il est aussi à relever que l'appréciation du franc peut changer la donne pour certains secteurs par rapport à la situation qui prévalait à l'époque de l'élaboration des règles Swissness.

Au final, les entreprises devront juger elles-mêmes si l'adaptation aux nouvelles règles en vaut la chandelle. Pour certaines d'entre elles, actives dans des marchés de niche par exemple, la réputation de leur marque et de leurs produits suffit pour susciter la confiance de leurs clients.

Une direction fondamentale positive

Dans le processus d'élaboration du Swissness, la CCIG s'est prononcée pour une meilleure protection globale de l'appellation d'origine suisse. Les entreprises genevoises de tous les secteurs, de l'exploitation agricole jusqu'à la maison d'horlogerie la plus prestigieuse, doivent pouvoir compter sur la confiance des consommateurs, en Suisse et à l'étranger. Une protec-

tion efficace du « made in Switzerland » constitue aussi une mise en valeur des diverses normes de production suisses souvent bien plus exigeantes qu'ailleurs.

Une législation claire et une protection efficace de la « suissitude » sont donc fondamentalement positives, même si la nouvelle législation peut donner lieu à des problèmes d'application de cas en cas, qu'il ne s'agit pas de nier.

Comme le veut l'adage, il faut laisser du temps au temps. C'est à l'usage que l'on jugera au mieux de l'impact de la nouvelle législation. Et des adaptations seront probablement nécessaires, afin que le Swissness ne devienne pas, in fine, un désavantage concurrentiel pour les entreprises.

Mais il faudra veiller à ce que, si réformes il y a, celles-ci ne remettent pas en question la protection efficace de l'appellation d'origine et n'érodent pas son image et la confiance des consommateurs finaux. Les stratégies de qualité et de haute valeur ajoutée mises en place par la place économique suisse en feraient les frais.

Dans l'intervalle, il importe aussi que les contrôles soient efficaces et l'application de la législation rigoureuse, afin que les entreprises qui jouent le jeu, en adaptant (parfois à grands frais) leurs chaînes de production aux nouvelles exigences, n'aient pas le sentiment de se retrouver dans la position du proverbial dindon de la farce. ■

³ Voir par exemple PME Magazine du 25 janvier 2017, « Swissness : la colère des PME »

Swissness, une longue histoire

En 2006, à la suite des demandes provenant des Chambres fédérales, le Conseil fédéral publiait un rapport sur l'utilisation de l'indication de provenance suisse, autrement dit sur le « made in Switzerland ». Le Conseil fédéral arrivait à la conclusion que le cadre légal concerné n'était plus adapté, que les abus n'étaient pas suffisamment combattus et que des modifications législatives étaient donc nécessaires.

Suite à ce rapport, le Conseil fédéral a soumis un projet législatif aux Chambres fin 2009, projet qui sera adopté en 2013 après de longs débats et moyennant quelques modifications. Le gouvernement adopte en septembre 2015 les quatre ordonnances d'exécution du nouveau Swissness ; l'ensemble est entré en vigueur en date du 1^{er} janvier 2017.

Pour comprendre et faire comprendre les enjeux !

Connecter et informer les entreprises à Genève



Vous souhaitez faire connaître le CCIGinfo à d'autres collaborateurs ou disposer d'exemplaires supplémentaires pour vos visiteurs, vos partenaires, etc. ?

Envoyez votre commande à publications@ccig.ch, en indiquant le nombre d'exemplaires souhaités ainsi que l'adresse postale.



Et pour retrouver et partager l'actualité politique et économique, rendez-vous sur notre page Facebook



PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE suite

Trois questions à deux représentants de secteurs concernés par le Swissness



Jean-Daniel Pasche
Président de la Fédération
de l'industrie horlogère suisse (FHS)



S'il y a bien un secteur emblématique du «Swiss made», c'est l'horlogerie. Comment a-t-elle accueilli le processus de législation Swissness ?

Dans l'ensemble, la branche applaudit le nouveau label Swiss made, même s'il existe une minorité qui s'est opposée à ce renforcement. Cette législation va assurer la crédibilité et la valeur du label sur le long terme. Il est important de pouvoir garantir au consommateur que sa montre suisse est fabriquée dans le pays et intègre une majorité claire de valeur nationale. Il convient d'ajouter que l'horlogerie réclame depuis longtemps une meilleure protection du label.

L'horlogerie est un des deux secteurs, avec celui des cosmé-

tiques, à bénéficier d'une ordonnance dite «de branche», précisant les conditions d'octroi de l'indication de provenance suisse pour ses produits. Quels sont les avantages de ces ordonnances spécifiques ?

L'ordonnance de branche permet de préciser les principes généraux du Swissness pour le secteur et d'introduire des conditions supplémentaires pour l'usage du label Swiss made. Dans l'ordonnance horlogère, il est notamment exigé que le développement technique soit effectué dans le pays. Par exemple, elle donne une définition de la montre suisse, ainsi que de l'assemblage du mouvement ou de la pièce constitutive. Des précisions utiles pour les fabricants.

Quelles sont, pour l'horlogerie, les évolutions les plus notables en termes de chaîne de production par rapport à la situation qui prévalait avant l'élaboration de Swissness ?

Le renforcement du label Swiss made oblige aujourd'hui bien des fabricants à adapter leur production pour en faire usage. Ils devront recourir plus largement à des composants fabriqués dans le pays ou rapatrier certaines opérations de production en Suisse. Les fabricants disposent d'une certaine marge de manoeuvre pour augmenter la «suissitude» de leurs montres. Cependant, ces adaptations se feront dans la durée, dans la mesure où le système prévoit des règles transitoires de deux ans.



Pierre Charvet
Directeur général
des Laiteries Réunies Genève



Les associations faitières de la branche agricole se prononcent globalement en faveur du Swissness. Comment ce dernier a-t-il été accueilli dans les entreprises de l'économie agricole et alimentaire à Genève ?

Le Swissness a été bien accueilli à Genève en ce sens qu'il permet de mieux lutter contre les abus d'utilisation du «Swiss made». Désormais, pour arborer la fameuse croix suisse, les produits alimentaires doivent contenir au moins 80 % de matière première indigène, et cette proportion est portée à 100 % pour les produits laitiers.

Genève connaît une situation particulière en raison de l'importance historique des zones franches. La production laitière est très concernée par cet enjeu. Le Swissness apporte-t-il des garanties s'agissant des

normes de production en zone franche ?

En plus du territoire suisse, l'ordonnance d'application inclut par exception quelques autres entités, telles que la principauté du Liechtenstein et les zones franches de Genève. Bien que le Swissness ne l'impose pas explicitement, nous avons néanmoins exigé de nos producteurs de lait des zones franches le respect des normes suisses de production. À noter que nous transformons le lait de nos fournisseurs vaudois et genevois en produits à haute valeur ajoutée. Par exemple, pour ces derniers, dans le cadre du label équitable Genève Région Terre Avenir (GRTA).

Pour les entreprises du secteur agricole qui, comme la vôtre, exportent une partie de leur production, comment jugez-vous la valeur ajoutée par une indication de provenance

comme le Swissness ? Les marchés recherchent-ils cette garantie d'origine ?

La plus-value générée par le label suisse est généralement estimée à 10 %. Les articles suisses sont reconnus comme étant de qualité supérieure et produits selon des normes sociales et écologiques particulièrement exigeantes. Le défi est de convaincre les clients et les consommateurs qu'acheter des produits helvétiques est judicieux, non seulement en raison de leurs qualités gustatives et sanitaires supérieures, mais également en regard de leurs standards élevés sur la protection de l'environnement et des animaux. Même si le haut niveau actuel du franc ne facilite pas l'export, nous restons convaincus que le Swissness est une avancée et que les marchandises helvétiques ont un excellent potentiel de développement sur les marchés étrangers.

COMMERCE GENEVOIS

Des facilitations pour les établissements privés

Adoptée en mars 2015, la loi-cadre LRDBH (loi sur la restauration, débit de boissons et hébergement) a donné un coup de neuf à ce pan de l'économie genevoise il y a un an. Mais un tel paquebot ne se manœuvre pas si facilement.



© Lumière Noire

La nouvelle loi LRDBH a dépoussiéré les procédures mais elle n'est pas encore pleinement appliquée.

Le Service du commerce (Scm) en charge de faire appliquer la LRDBH n'est pas qu'un contrôleur étatique, mais se veut surtout un facilitateur. Il a simplifié certains processus, dont le formulaire «intelligent», mis en ligne depuis novembre dernier: la demande ne peut partir s'il est incomplet! On peut en outre l'enregistrer sur ordinateur pour éviter de devoir tout ressaisir périodiquement.

Le délai de mise en conformité pour l'autorisation d'exploiter les établissements a expiré en ce début janvier. Après un dernier délai, une décision d'amende, voire de fermeture est prévue. À l'automne dernier, moins de deux tiers des 2800 établissements concernés s'étaient régularisés.

La loi-cadre genevoise se veut plus égalitaire que celle qui régnait jusque-là; elle permet de renforcer les vérifications et d'éviter la pratique de faillites frauduleuses. L'idée, c'est aussi que les établissements puissent se mettre en conformité en tant que café-restaurant ou alors se déclarer comme buvettes provisoires (démarche traitée par la commune et sans besoin de patente).

«On va enfin sortir du Moyen-Age, avec cette nouvelle loi-cadre qui se veut plus pragmatique», a relevé

Jean-Luc Piguet, vice-président de la Société des cafetiers-restaurateurs et hôteliers de Genève. «On nous prend désormais pour des clients, de véritables acteurs de l'économie», souligne Jean-Pierre Bedonni, président du Groupement professionnel des restaurateurs et hôteliers. Helena Rigotti, restauratrice, mais aussi conseillère municipale et membre de la CCIG, se réjouit qu'à terme un guichet soit dédié à l'enregistrement des nouveaux venus au Service du commerce. «Et une partie des clients qui n'honoraient pas leurs factures sera peut-être mise hors circulation» espère Eric Emery, président des artisans-boulangers-confiseurs genevois.

Par ailleurs, la LRDBH devrait désormais convenir à tous. On le rappelle, le Conseil d'Etat a formalisé fin octobre l'accord trouvé avec la Ville de Genève. Les procédures sont simplifiées pour les lieux culturels ou sportifs, qui se sentaient lésés, mais aussi pour l'administration publique et l'ensemble des communes.

N'oublions pas qu'il y a un tiers de changement de propriétaire chaque année à Genève dans la restauration, l'hébergement et le divertissement! ■

Séminaires d'entreprise

Mettez en valeur votre savoir-faire

Vous souhaitez élargir votre clientèle, développer vos affaires, mettre en valeur vos produits et services et gagner en visibilité ? Alors utilisez les compétences de la CCIG en organisant un séminaire d'entreprise !

Pour tout renseignement, contactez Nathalie Bok, tél. 022 819 91 24, n.bok@ccig.ch



Et pour retrouver et partager l'actualité politique et économique, rendez-vous sur notre page Facebook



COMMERCE INTERNATIONAL

L'Afrique bientôt à l'honneur à Genève



À peine deux mois après le World

Economic Forum à Davos, Genève accueillera le 5^e Africa CEO Forum les 20 et 21 mars à l'hôtel Intercontinental. Après une édition à Abidjan l'an dernier, c'est donc dans son berceau, la cité de Calvin, que se déroulera ce rendez-vous annuel incontournable des dirigeants d'entreprises africaines. On doit son organisation au groupe Jeune Afrique, créé en 1960 par le père du président actuel de l'Africa CEO Forum, et à la Banque africaine de développement. La CCIG a œuvré pour que Genève reste intimement liée au continent africain en accueillant ce forum.

Le 26 janvier dernier, la CCIG et le Club Suisse de la Presse ont tour à tour accueilli la présentation du programme 2017. En mars, on attend un millier d'industriels, d'hommes d'affaires ou de politiques africains,

avec en guest stars le président sénégalais Macky Sall et le premier ministre éthiopien Hailemariam Dessalegn. Des domaines aussi variés que l'agro-industrie, le négoce de matières premières ou les nouvelles technologies y seront représentés. En sa qualité de chef du Département fédéral de l'économie, le conseiller fédéral Johann N. Schneider-Ammann sera également de la partie.

Au menu cette année: l'innovation, le modèle féminin, la diversification des activités et le marché des capitaux. À ce sujet, la Suisse est attendue au tournant: « On attend plus d'agressivité et d'audace de la part des entreprises helvétiques sur les marchés africains, a lancé le président du forum Amir Ben Yahmed. Les opportunités à saisir y sont immenses, d'autant plus que la Suisse n'a aucun passif en termes de colonisation. »

Hélas, l'Afrique doit trop souvent prouver au monde entier tout le



potentiel de son économie et sa réalité de terrain, car elle est encore perçue comme une terre de conflits et d'incertitude. Son écosystème est pourtant composé d'innombrables entreprises familiales totalisant des milliards en chiffres d'affaires. Le forum se donne comme ambition de réaliser de nombreux projets concrets en dynamisant les flux financiers vers l'Afrique. ■

■ VOIR LA VIDÉO SUR LA PAGE «YOUTUBE» DE LA CCIG : www.youtube.com/CCIGeneva

LE COIN DE L'ARBITRAGE

World Litigation Forum 2017 Dubai

La Swiss Chambers' Arbitration Institution (SCAI) était représentée par Valériane Oreamuno (juriste en charge du Secrétariat de la Cour à Genève, au sein de la CCIG), lors du World Litigation Forum qui se tenait à Dubaï les 18 et 19 janvier dernier. Cette conférence a permis de promouvoir le Règlement suisse d'arbitrage international et de débattre avec les participants sur les défis à relever en matière de résolution des différends commerciaux.



Promotion des Swiss Rules à Paris

Une conférence se tiendra à Paris en mars prochain, sous l'impulsion de la CCIG et en collaboration avec l'Ambassade de Suisse en France, afin de promouvoir le Règlement suisse d'arbitrage international (dit *Swiss Rules*). Cette conférence sera l'occasion de faire valoir les atouts des *Swiss Rules* auprès des entreprises et praticiens français de l'arbitrage international. Des informations complémentaires seront disponibles sous peu sur le site internet de la CCIG (www.ccig.ch) et de SCAI (www.swissarbitration.org)

En route pour les Etats-Unis !

Sous la conduite du conseiller d'Etat Pierre Maudet, une délégation économique de 25 représentants genevois sera organisée aux Etats-Unis du 30 avril au 7 mai prochain. Une opération menée de concert entre la CCIG, la DGDERI (Direction générale du Développement économique, Recherche et Innovation, ex-service de la Promotion économique de l'Etat de Genève), avec le soutien de FERT et de Switzerland Global Enterprise.

En co-organisant ce voyage, la CCIG démontre sa volonté d'accompagner ses membres dans le développement de leurs affaires à l'étranger. Son président Pierre Poncet sera d'ail-

leurs du voyage, tout comme Sébastien Aeschbach, membre de son Conseil. Les domaines économiques qui font la vitalité de Genève y seront représentés.

L'objectif de la délégation sera triple: se nourrir des meilleures pratiques sur place, témoigner de la reconnaissance aux entreprises américaines en Suisse et promouvoir les entrepreneurs genevois.

Les thèmes-clés seront l'innovation et la digitalisation. Une occasion en or pour les participants d'apprendre à augmenter leur productivité ou à créer de nouveaux modèles. L'arc lémanique est particulièrement à l'aise dans les medtech et

fintech, avec l'appui d'incubateurs comme la FONGIT. Il peut aussi s'appuyer sur un tissu académique de rang mondial, à l'image de l'Université de Genève.

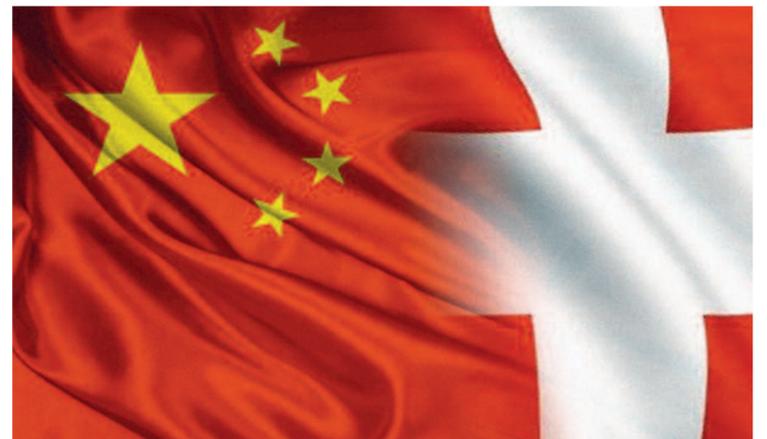
Last but not least, le commerce de détail est un domaine où le Grand Genève a encore à apprendre pour réussir sa mutation technologique.

Le pays nouvellement présidé par Donald Trump n'est autre que le 2^e partenaire commercial de la Suisse, avec des importations de 11,7 milliards de francs et des exportations de 27,4 milliards en 2015. Et l'an dernier, le PIB américain de 18 000 milliards de francs pesait 30 % de l'économie mondiale! ■



De g. à dr. : Caroline Widmer, secrétaire générale adjointe chargée de communication, Département de la sécurité et de l'économie; Vincent Subilia, directeur adjoint, CCIG; Catherine Lalive d'Epinay, déléguée au développement économique, Département de la sécurité et de l'économie; Frédérique Zehnder-Mérot, Swiss Business Hub USA, lors de la séance d'organisation de la délégation.

Examen de passage réussi grâce à la CCIG !



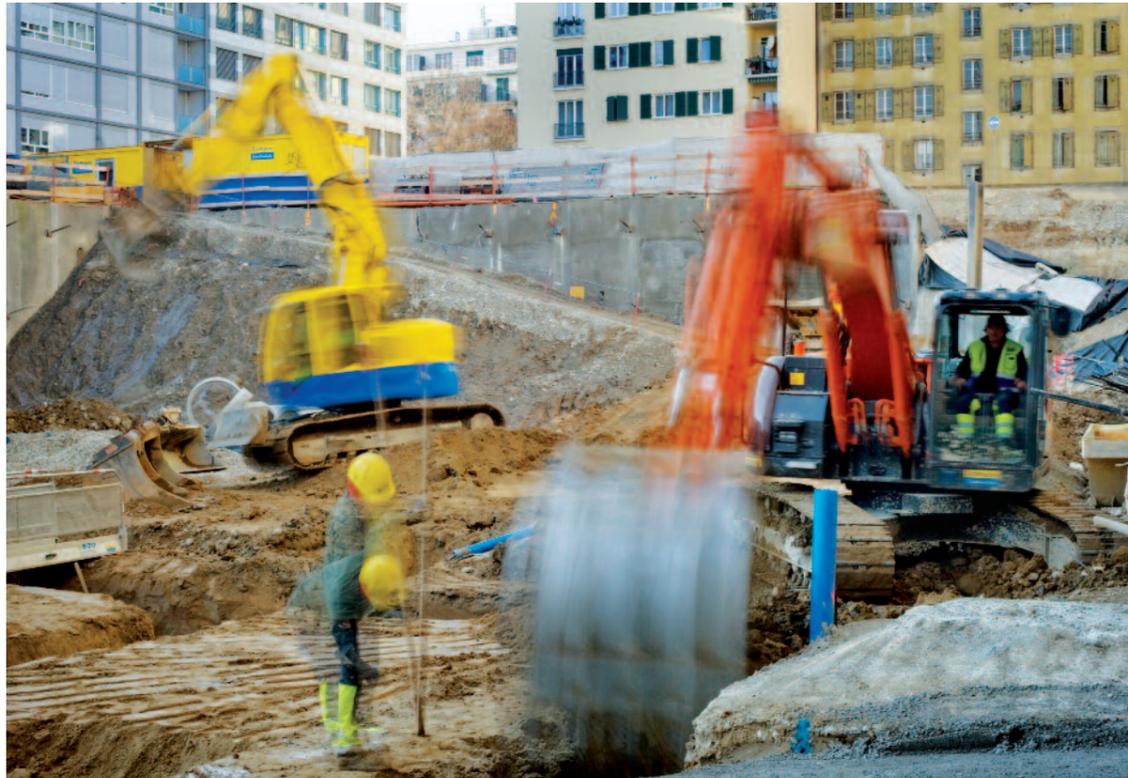
La Chine a souvent été décrite comme représentant l'avenir de l'économie mondiale. Certes, elle doit composer avec les pays émergents, mais elle crée toujours une multitude d'opportunités de marché. Chaque participant au séminaire du 20 janvier dernier à la CCIG (« De la Suisse à la Chine: opportunités de marchés et outils de globalisation ») a pu s'en convaincre. En accueillant cette manifestation de la Haute Ecole de Gestion de Genève (HEG), la CCIG a prouvé une fois encore qu'elle jouait un rôle de tremplin dans la formation académique. En l'occurrence, ce sont des étudiants du *Business Management* de la HEG-Genève qui ont mis en place cette matinée très instructive.

Comme l'a rappelé Vincent Subilia, directeur adjoint de la CCIG, « la Chine constitue le 3^e partenaire commercial de la Suisse en termes d'exportations ». Et selon Philippe Régnier, professeur à la HEG-Genève (assisté par Boris Reymond), « la période de la marchandise chinoise bas de gamme est révolue, les produits sont désormais de bonne qualité ». Des représentants de la société organisatrice FERT (sponsor de la CCIG), de Switzerland Global Enterprise (S-GE) et du Centre du Commerce International (ITC) ont témoigné de leur expérience dans les relations sino-helvétiques. Parmi les atouts de l'Empire du Milieu, on trouve la taille du marché, le flux de capitaux, le boom des infrastructures et l'essor de la classe moyenne. ■

MARCHÉS PUBLICS

AIMP: une fausse bonne solution ?

L'accord intercantonal sur les marchés publics (AIMP) est entré en vigueur en 1996 et a été révisé en 2003, dans le sillage des accords bilatéraux. Il a pour buts de garantir l'égalité de traitement, de stimuler la concurrence et d'assurer la transparence des coûts. Mais son introduction ne s'est pas faite sans heurts et d'aucuns estiment qu'il provoque des dégâts collatéraux.



Se voir attribuer un marché public peut être le gage d'un mandat intéressant, mais requiert un certain formalisme.

L'AIMP a pour avantage de rendre les marchés publics accessibles au plus grand nombre d'entreprises et de les soumettre à la concurrence, ce qui était son objectif premier. Il garantit aussi la transparence de l'utilisation des deniers publics, car le citoyen peut savoir exactement quel est l'objet de l'appel d'offre, à qui et pour quel montant il a été adjudgé.

Revers de la médaille, le processus est très formaliste et, en conséquence, assez lourd. Les entreprises ne peuvent pas se contenter d'à peu près pour constituer le dossier; elles doivent fournir tous les documents dans la forme précise demandée. Pas étonnant qu'il ait fallu engager du personnel dans les collectivités publiques pour traiter les appels d'offre!

« Dans une procédure d'appel d'offre, relève Pascale Vuillod, juriste à l'Office des bâtiments de l'Etat de Genève, le respect scrupuleux du cahier des charges est nécessaire à

l'égalité de traitement. Ainsi, modifier à la main une spécification est impensable. Il n'y a pas de place pour une telle souplesse dans un appel d'offre AIMP. Dans ce cadre, la discussion d'optimisation ne peut avoir lieu qu'après l'adjudication. » Et gare à la faute d'envoi: l'administration ne peut pas appeler une entreprise qui oublie de joindre un document, car le règlement ne tolère ni modification, ni complément au dossier entre le rendu de la soumission et la décision.

Jean-François Bouvier, membre de la direction d'une entreprise de valorisation des déchets qui soumissionne souvent, note toutefois que, bien qu'il ne soit pas possible de faire de « copier-coller », il y a tout de même des documents de base qui peuvent être repris d'une soumission à l'autre. À noter également que, pour les entreprises soumissionnées à une CCT, il est possible d'obtenir une attestation multi-pack, ce qui réduit le nombre de documents à produire.

Trop de subjectivité ?

« L'AIMP est une loi essentielle pour l'attribution des mandats de construction des collectivités publiques, affirme d'emblée Daniel Zaugg, patron d'une PME genevoise d'électricité. Mais l'écueil majeur, c'est que, si le prix est une donnée objective, les autres critères sont éminemment subjectifs: comment comparer et noter différemment une référence par rapport à une autre? Comment comparer sur le papier la qualité des responsables de chantier? Les années d'expérience et les diplômes ne font pas tout: je connais des jeunes qui

en veulent et des vieux qui stagnent. Le problème vient également de l'interprétation variable des critères faite par les entités adjudicatrices. »

Olivier Cots, directeur général d'une entreprise de ferblanterie, estime pour sa part que l'AIMP permet de lisser les chances entre concurrents et d'éviter que la réputation d'une entreprise ou, tout simplement, l'habitude ne soient les seuls facteurs d'attribution. Parmi les aspects positifs, il considère que l'AIMP encourage les entreprises à former des apprentis, puisque ce volet est compris dans la procédure. « Le prix ne doit pas être le critère suprême », insiste-t-il.

Jean-François Bouvier relève de son côté que « la notion d'adjudication à l'offre économiquement la plus intéressante n'est pas facile à comprendre, puisqu'il ne s'agit pas de quelque chose de mesurable uniquement en termes financiers. À l'origine, le critère prix comptait pour 60 %, voire 70 % dans la note attribuée à l'offre, aujourd'hui il peut ne représenter plus que 30-45 %. Une jurisprudence du Tribunal fédéral de 2015 dit même que le critère du prix peut être baissé jusqu'à 20 %. »

Et pourtant, pour Pascale Vuillod, « la décision d'adjudication est basée sur une vraie appréciation qualité-prix, effectuée par le biais d'une analyse multi-critères, dont

font partie la formation de jeunes par l'entreprise soumissionnaire, ainsi que le respect de l'environnement. » Mais, bien sûr, le nombre des critères est l'un des facteurs qui rend la procédure lourde, souligne la juriste.

Nombreux sont cependant les entrepreneurs qui considèrent que, bien que l'AIMP parte d'une intention louable, son application noie les entreprises dans la bureaucratie, ce qui, d'une part, favorise les grandes entités au détriment des PME et, d'autre part, pousse certaines sociétés à renoncer purement et simplement à répondre à des appels d'offre publics, créant ainsi des situations cartellaires de fait.

Complexe pour les communes aussi

Il n'y pas que les PME qui ont été déboussolées par l'introduction de l'AIMP. Au début, les communes ont aussi vu leurs habitudes changer. « Elles ont été obligées de lancer des appels d'offre mais, parfois, les fournisseurs avaient une vision plus globale des prestations à fournir, d'où pour eux des difficultés à y répondre! », se souvient Jean-François Bouvier. Evidemment, pour des achats de fournitures jusqu'à 100 000 francs et de services jusqu'à 150 000 francs, les entités publiques peuvent toujours procéder de gré à gré. « Mais qui fait l'addition du montant total adjudgé de la sorte? », se demande en conclusion Jean-François Bouvier. ■

Bien remplir un appel d'offre public

Quelques conseils à suivre impérativement lors d'une soumission:

- Respecter le formalisme
- Références: trois au maximum sont demandées. Standardiser la présentation de ces références, afin qu'elles soient comparables et remplir soigneusement le formulaire prévu à cet effet, qui comporte notamment des questions sur les spécifications des chantiers réalisés pour les références. Surtout ne pas imprimer le site web de son entreprise avec la liste de toutes ses références!
- Ne pas mettre plus d'informations que demandé!

Où consulter les appels d'offre publics ?

Les appels d'offre publics de la Confédération, des cantons, des communes et de toute autorité publique adjudicatrice sont recensés sur le SIMAP (Système d'information sur les marchés publics en Suisse), qui a été créé à Genève: www.simap.ch.

Les appels d'offres émis par l'Office des Nations Unies à Genève peuvent être consultés sur la page dédiée aux achats de biens et services (*procurement*, en anglais): www.unog.ch/procurement, à la rubrique « Upcoming Business Opportunities » (cf. CCIGinfo n°8-2016).

Sur la révision de la Loi sur les marchés publics, qui concerne les marchés publics de la Confédération, on consultera également le CCIGinfo 8-2015.

Les CCIGinfo sont consultables sur le site www.ccig.ch/publication/cciginfo.

Peu de recours

L'adjudication est une procédure administrative qui donne lieu à une décision de l'administration, ce qui signifie qu'elle est sujette à recours. À l'Office des bâtiments, pour 180 appels d'offre publics lancés chaque année en moyenne, seuls une dizaine de recours sont intentés qui concernent d'ailleurs davantage les exclusions (automatiques, lorsqu'il manque des documents ou des informations dans le dossier) que les adjudications. Pascale Vuillod relève en outre qu'il y a aujourd'hui un plus petit nombre de recours du moins-disant: les entreprises ont compris qu'être le moins cher ne permet pas forcément de remporter le marché.

PARTENARIAT PUBLIC-PRIVÉ

Etat-privés: qui doit avancer l'argent ?

PPP: le partenariat public-privé est déjà bien répandu chez nos voisins, mais reste rare en Suisse. Ce mode de financement par lequel une autorité fait appel à des prestataires privés pour financer un bien de service public y est pourtant beaucoup débattu.

Cette idée, qui permet de fournir des avances de trésorerie dans un intérêt commun, a été remise au goût du jour en 1992 par le gouvernement britannique de John Major. L'exemple-type, c'est un hôpital public qu'un entrepreneur privé aide à construire pour en gérer ensuite les activités non médicales.

Dans le PPP, il existe deux grandes catégories: soit l'entrepreneur assume le risque, soit il ne le prend pas. Dans le 2^e cas, l'entrepreneur conçoit et livre l'ouvrage, mais la collectivité paie le loyer sur le long terme pour amortir le coût, en bénéficiant à terme de la remise du bien. Avec ce type de structure, le taux d'intérêt se révèle plus bas.

Et il y a le cas particulier du modèle britannique, qui relève de la première catégorie et « où il se crée un double effet, comme l'explique Philippe Malléa, avocat au cabinet franco-suisse Jeantet. En prenant un risque, le promoteur du PPP se voit octroyer une notation financière favorable. Puisque l'Etat, par la pérennité de la source de financement qu'il fournit, pose une garantie qui réduit encore les taux accordés ! »

Qui pratique le PPP ?

La France et l'Allemagne, qui le font régulièrement par des concessions autoroutières. Les USA sont en retard (même si des changements sont possibles avec Donald Trump). L'Australie est à la pointe avec des entrepreneurs ou fonds d'investissement. En revanche, la prudente Suisse ne le fait quasiment pas. Mais cette pratique devrait se développer car, dans la conjoncture actuelle, il y a des besoins évidents de trouver des financements qui ne grèvent pas les finances publiques. Ainsi, Genève pourrait théoriquement appliquer le principe du PPP pour la traversée du lac à l'horizon 2030. Une étude conduite notamment par la CCIG en 2013 a révélé que l'infrastructure remplirait les conditions selon les standards internationaux et les critères fédéraux

d'un PPP. Mais le conseiller d'Etat Vert Antonio Hodgers est précautionneux, indiquant que, pour lui, seul l'Etat peut se porter garant pour ce type de projets.

« Oui, le PPP peut obtenir les mêmes conditions financières que celles de l'Etat, rappelle Patrice Lefèvre-Péaron, avocat au cabinet Jeantet-Suisse. Mais, surtout, l'opération peut être mise en place plus rapidement, car le financement est apporté par le privé et ne grève pas les finances de l'Etat, qui ne s'endette pas. »

Alexandre Faltin, avocat à l'étude genevoise Oberson Abels SA, estime quant à lui que la question d'un partenariat PPP dépend du domaine d'activités et du fait qu'un mandat relève ou non de la mission de l'Etat. « Certains partenariats mixtes existent déjà, relève-t-il. C'est le cas de certaines concessions ou de fondations poursuivant des buts de service publics, qu'on rencontre notamment dans le domaine culturel et de l'enseignement ».



La piscine actuelle de Morges, qui devrait se muer en un Centre aquatique régional grâce à un PPP.

En effet, dans le canton de Vaud, la BCV a élaboré un modèle de PPP pour la nouvelle piscine de Morges, pour un montant de 40 millions de francs. Mais globalement, les banques sont encore réticentes. « Sur le principe, le Credit Suisse n'est pas opposé au PPP, relève son responsable communication, Jean-Paul Darbellay. Toutefois, contrairement à certains pays européens où ces montages sont pratiques courantes, il n'y a pas eu à ce jour beaucoup de précédents qui ont fait école en Suisse. Pour que le PPP s'y développe, il faudrait le mettre en œuvre dans un projet d'infrastructure relativement importante. Assez pour justifier l'intérêt et l'engagement de toutes les parties prenantes. ■

RÉVISION DU DROIT DE LA SA

RIP: in loving Memory of Trust

Selon le Petit Robert, la confiance est l'espérance ferme, l'assurance de celui qui se fie à quelqu'un ou à quelque chose. Le lien de confiance est l'élément essentiel de la relation entre un mandant et un mandataire. Le mandataire doit, parce qu'il a la confiance du mandant, une obligation de moyen. La formule lapidaire du code des obligations est de dire que « le mandataire est responsable envers le mandant de la bonne et fidèle exécution du mandat ». Autrement dit, le mandataire assume une obligation de diligence et de fidélité.

Tout cela, c'était (mieux) avant. Dans son effort d'européanisation du droit suisse, le Conseil fédéral a ouvert en octobre dernier une procédure de consultation afférente au « nouveau droit du mandat » (sic !). En substance, puisque le mandat repose sur la relation de confiance, il pouvait jusqu'ici être résilié en tout temps par chacune des parties. Désormais, les parties pourront déroger à cette règle cardinale et prévoir la conclusion de contrats de mandat de durée impérative.

Qu'entendre par « mandat » ?

Contextualisons cette proposition du Conseil fédéral: qui dit mandat pense d'emblée au mandat confié par un client à son avocat ou par un patient à son médecin. Il s'agit d'une affaire confiée pour laquelle le résultat ne peut être garanti. Ainsi, l'avocat n'assurera pas le succès de la procédure, pas plus que le médecin ne garantira à son patient une guérison certaine. Avocat et médecin s'engagent pourtant à mettre en œuvre toute leur énergie (obligation de moyen) pour atteindre le résultat escompté.

Avec le développement du secteur tertiaire et la modification des modes de consommation, la fourniture de la plupart des services est aujourd'hui soumise au droit du mandat, que ces services découlent d'un rapport personnel de

confiance ou qu'ils soient purement commerciaux. Ainsi en va-t-il des contrats de gestion immobilière, de conseil en placement, de gestion de fortune, de management, d'expertise ou encore de collaboration dans la recherche, d'externalisation ou de fourniture de services informatiques. Tous ces contrats reposent en tout ou partie sur les règles du mandat, de sorte qu'ils peuvent être résiliés en tout temps sous réserve d'exception (temps inopportun). Celui qui résilie est alors tenu d'indemniser l'autre du dommage qu'il lui cause, à savoir des dépenses et des dispositions qui ont été prises, pensant que le contrat allait se poursuivre. Le gain manqué ne doit pas être indemnisé, même si les parties en ont convenu, car il s'agit là d'une limitation illégale du droit de résiliation. C'est cette liberté des parties qui fait l'objet de la guillotine fédérale.

Une disposition peu convaincante

Le tranchant fédéral prend la forme d'une nouvelle disposition, art. 404a CO, qui prévoit que les parties « peuvent convenir de supprimer ou de limiter le droit de révoquer ou de répudier le contrat en tout temps ».

Dans son éloge funèbre, le Conseil fédéral explique que, dans une économie moderne, le droit de résiliation en tout temps ne devrait être garanti que pour les mandats adossés à une confiance particulière entre les parties, tel celui entre un patient et son médecin, mais non pour ceux qui ne seraient caractérisés que par des intérêts économiques, à l'instar des contrats avec des conseillers en placement, des gestionnaires de fortune ou encore des fournisseurs de services informatiques. Pour ces contrats, les deux parties auraient soi-disant un intérêt marqué à pouvoir définir la durée de leurs rapports de manière contraignante. Comme le client est tributaire des disponibilités du prestataire de services, ce dernier aurait de la difficulté à le remplacer en cas de résiliation. Le prestataire de ser-

vices serait soi-disant en peine de prouver qu'il aurait pu conclure d'autres contrats et, partant, obtenir la compensation de son gain manqué, en cas de résiliation.

Des motifs peu clairs

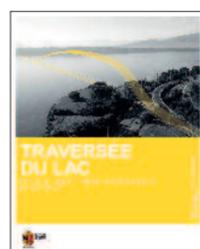
On ne voit pas très bien où se situent les vrais motifs de cette proposition, sauf bien sûr à penser que le Conseil fédéral entend renforcer la position des parties fortes dans les rapports contractuels. Quoi qu'en pense le gouvernement, les contrats de services, fussent-ils commerciaux, appellent du prestataire de services un effort de diligence en faveur de mandant.

Si cet effort ne correspond pas aux attentes, s'il n'est pas adéquat ou encore (pour les services complexes) si le fournisseur de services n'a pas les compétences attendues, on ne voit pas très bien pour quel motif le mandat ne devrait pas être résiliable en tout temps. Les contrats de services ne garantissent (généralement) pas de résultat, mais se fondent sur la confiance, laquelle comprend également la confiance dans la compétence et la disponibilité du fournisseur de services pour effectuer ses diligences. À défaut de trouver les qualités attendues et la disponibilité nécessaire chez le prestataire de services et, pour ce dernier, de servir un client qui honore ses obligations contractuelles, chacune des parties devrait pouvoir résilier son contrat en tout temps.

Le Conseil fédéral a pris une toute autre direction. Désormais donc, les contrats de mandat seront des contrats de durée, si les parties le prévoient, ce que toutes feront évidemment. Et l'on ne pourra les résilier qu'en présence de justes motifs ou encore – excusez du peu – lorsque l'accord contractualise une violation des droits de la personnalité. Autrement dit, à l'avenir, les contrats de services ne seront pas résiliables. Celle des parties qui s'y risque devra compter avec une procédure judiciaire. ■

M^e Vincent Tattini Watt Law

Traversée du lac



L'acceptation par le peuple genevois, en juin 2016, du principe d'une traversée du lac a pleinement relancé ce projet. Il a aussi remis à l'actualité l'opportunité d'effectuer un financement PPP: l'Etat de Genève pourrait recourir au secteur privé pour préfinancer l'ouvrage, en attendant une participation fédérale. Le coût du projet est estimé à plus ou moins 3 milliards de francs, en fonction de la variante du pont ou du tunnel.

Un Conseil consultatif doit en déterminer le choix avant l'automne prochain. Outre une phase de réalisation estimée à 10 ans, s'en suivrait une phase d'exploitation de 40 ans. À la fin du contrat, les ouvrages reviendraient à l'Etat.

CCIG Compte rendu

7 h 30 de la Chambre du 19 janvier 2017



De g. à dr. : Martial Mulhouse et Greg Roy, Ekstra Reality SA (pour Audiovisuel Concept), Henri Corboz (Jeantet Avocats), Olivier Rigot (EMC Gestion de fortune), Alexandra Rys (CCIG), Peter Philp (Penta), Grégoire Abegglen (Daudin&Cie), Stéphane Leterrier (Asia Plantation Capital).

Daudin & Cie SA existe depuis 1896 sur la place de Genève. La Régie comprend 24 collaborateurs actifs dans les domaines suivants : la gestion locative, administrative, technique et financière d'immeubles de logements, commerciaux et villas ; l'administration de copropriétés et de sociétés coopératives d'habitation ; les activités de courtage et vente de biens immobiliers ; le pilotage de projets, la rénovation complète ou partielle, la recherche de financements, l'analyse personnalisée de situations hypothécaires et les questions en matière d'assurance. www.daudin.ch

La société **EMC Gestion de Fortune SA** a été fondée il y a plus de trente ans afin d'offrir un conseil patrimonial personnalisé répondant aux attentes et aux objectifs d'investissement de chacun. Dans un monde de plus en plus impersonnel et standardisé, elle entend maintenir et développer une relation privilégiée avec ses clients. www.emcge.com

Basée à Genève, **Audiovisuel Concept** est une société familiale active dans le domaine de l'audiovisuel, spécialisée dans la sonorisation, la projection et la captation vidéo, forte de plus de 25 ans d'expérience en Suisse et dans toute l'Europe. Elle est partenaire d'institutions et d'organisations internationales, d'event managers, d'hôtels et de particuliers souhaitant mener à bien l'organisation d'événements institutionnels de grande envergure et/ou privés. www.audiovisuel-concept.ch

Penta est une société de gestion des systèmes informatiques spécialisée dans le Cloud privé. Elle a été fondée en 1996 et son siège est à Genève. Ses clients font majoritairement partie du secteur financier ainsi que d'autres

domaines sensibles nécessitant une haute fiabilité. Penta collabore avec ses clients afin de leur fournir une gamme complète de services informatiques pour valoriser leurs opérations et assurer un meilleur retour sur l'investissement informatique. www.penta.ch

Asia Plantation Capital est active dans l'agro-foresterie durable et socialement responsable. Elle travaille principalement avec les populations locales, selon des pratiques durables et modernes qui induisent des pratiques commerciales saines et pérennes. Les clients achètent des arbres, confient à Asia Plantation Capital le mandat de gestion pour la culture des arbres pour obtenir un produit ancestral à très forte valeur ajoutée et fortement utilisé. www.asiaplantationcapital.com

Créé en 2014, **Jeantet Suisse** est le seul cabinet franco-suisse institutionnel de droit des affaires installé à Genève. À ce titre, il assiste les clients suisses sur tous les aspects de droit français (implantations, fusions-acquisitions, fiscalité, droit du travail, droit immobilier, réglementations publiques et problématiques transfrontalières) en combinant expertise et connaissance approfondie des acteurs de chaque pays. www.jeantet.fr

Depuis 1970, **Cleaning Service SA** propose à ses clients partenaires des solutions innovantes en matière de nettoyage et de facility management aux entreprises. Spécialisé dans les domaines les plus exigeants, tels que l'industrie horlogère, les banques privées ou encore le médical, ses 350 salariés œuvrent chaque jour pour le confort des clients. www.cleaning-service.ch

CCIG & CO

Comité régional franco-genevois (CRFG)

Interview d'Anna-Karina Kolb, secrétaire générale du CRFG côté suisse (et directrice du service affaires extérieures et fédérales). Au Conseil de ce Comité siège un membre de la Direction de la CCIG, en l'occurrence Vincent Subilia.

Comment est apparu le CRFG ?

Cette instance est née en 1973 déjà, c'est d'ailleurs le tout premier organe transfrontalier franco-suisse. Au départ, elle devait s'occuper de la compensation financière genevoise destinée aux départements et communes de France voisine. Son but : cofinancer les charges liées aux nombreux frontaliers dans leur lieu de résidence. Elle a deux caractéristiques : elle assure un dialogue Genève-France et peut traiter de toutes les questions transfrontalières. Elle a un triple objectif : fixer des orientations stratégiques, arbitrer des questions de voisinage et échanger au niveau régional.

Malgré sa portée, sa structure est très petite ?

Oui, car l'idée du CRFG n'est pas de constituer un organisme de plus : elle chapeaute une multitude d'acteurs, met en relation directe, en véritable cheville ouvrière. Son pouvoir tient à la capacité décisionnelle de ses membres et à sa flexibilité.

Et de quoi traite-t-elle ?

Elle traite de questions comme la sécurité à l'Aéroport international de Genève ou pour le CEVA, l'adaptation de la formation au bassin de l'emploi transfrontalier ou l'élaboration d'outils statistiques spécifiques pour aider à piloter le développement régional. Les questions de sécurité, de formation ou de santé font l'objet de commissions de travail ad hoc. Mais le CRFG adapte son ordre du jour en fonction de l'actualité et de certains enjeux nationaux à impact régional comme l'avenir du CERN.

Le dialogue n'est pas toujours évident entre les pays ?

Il nécessite une traduction-interprétation permanente. Non pas à cause d'une mésestimation, mais d'une culture politique et institutionnelle propre à chaque pays. Les mots n'ont pas le même sens, car ils se réfèrent à des modes d'action différents. Il faut assurer un lien efficace entre le millefeuille institutionnel français et le système suisse.

Sans conciliation, on pourrait aboutir à des aberrations ?

Oui, par exemple, on empêcherait un blessé grave dans les Alpes savoyardes d'être héliporté aux HUG par incompatibilité administrative. Ou un bus transfrontalier d'aller jusqu'au terminus avec le même conducteur, parce que son diplôme ne serait pas reconnu des deux côtés de la frontière. Nous partageons le même espace de vie. Et si l'on peut se fâcher sur certains points, impossible de s'ignorer. Au final, on doit toujours se réconcilier.

Quel est l'impact de votre action sur l'économie privée ?

Il est à la fois limité et significatif : je m'explique, le CRFG n'interfère pas directement dans ce domaine, mais veille à ce que les conditions cadre permettent aux entreprises de développer leurs activités et de contribuer ainsi à la qualité de vie. Les enjeux sont de taille depuis l'introduction en 2001 des bilatérales, qui ont donné une formidable impulsion à la région lémanique, mais avec d'inévitables revers de médaille.

■ INFORMATIONS : www.crfginfo.org

La CCIG et le CRFG

Le CRFG est l'un des instigateurs du cycle annuel de **4 tables rondes transfrontalières**, qui a débuté en 2013 dans le Grand Genève. Il l'a mis en place avec la Chambre de Commerce et d'Industrie France Suisse et la CCIG.

PRÉVISION CONJONCTURELLE

La CCIG donne son nom à un « indicateur avancé » : ICO

À Genève, on connaissait l'indicateur avancé de la conjoncture LEA-Pictet-OCSTAT. Désormais il faudra s'habituer à l'indicateur avancé IREG'-CCIG-OCSTAT (ICO) de l'économie genevoise, qui sera publié pour la première fois à la fin février. Il est dit avancé, car il a pour objectif d'indiquer quelle sera l'évolution de la conjoncture dans un futur proche. Il se différencie ainsi d'indicateurs retardés, comme celui du chômage ou de l'emploi, ou concomitants, comme celui de la marche des affaires.

Cet outil compile des données statistiques pour apporter une prévision sur les activités économiques dans un futur proche, entre 6 et 9 mois. Il se fonde sur une série de chiffres mensuels et trimestriels, provenant de diverses sources, notamment des enquêtes conjoncturelles du KOF (Centre de recherches conjoncturelles de l'EPF Zurich), tels que perspectives

de chiffre d'affaires du commerce de détail, taux d'occupation des lits dans l'hôtellerie, taux de change, importations, entrées de commandes dans l'industrie, etc. Par rapport à son prédécesseur, l'indicateur ICO a été revu à la lueur d'une méthodologie améliorée, appliquant de meilleurs filtres (p. ex. de saisonnalité).

Retournement de conjoncture

L'ICO a la particularité de prévoir le point de retournement de la conjoncture (effet de bascule). Il se veut donc davantage qualitatif que quantitatif et son interprétation peut être délicate. Dans les faits, on va regarder chaque mois s'il fluctue et à quel niveau. S'il décline ou augmente sur plusieurs mois consécutifs, un retournement de conjoncture est engagé. S'il fluctue dans tous les sens, c'est que la situation est incertaine.

Son grand avantage réside dans le fait que c'est un indicateur qui fonc-

tionne sans modèle économique sous-jacent : c'est-à-dire qu'il n'y a pas de lien causal entre ses éléments, ce qui le rend intrinsèquement moins dépendant d'hypothèses. Son fonctionnement s'apparente à du data mining. « On met toutes les données ensemble, et l'on en crée ainsi une alchimie, explique le directeur de l'OCSTAT, Roland Rietschin. Par chance, Genève dispose d'un large éventail de séries statistiques, ce qui est très précieux pour concevoir pareil indicateur. »

« Bien sûr, dans l'idéal on souhaiterait créer un prédicteur de PIB, sourit le prof. Giovanni Ferro-Luzzi, directeur de l'IREG. »

L'indicateur ICO est certes modeste, mais il fonctionne ! ■

* L'IREG est l'Institut de recherche appliquée en économie et gestion, successeur du Laboratoire d'économie appliquée.

Connaître la situation pour pouvoir agir

Pour la CCIG, la statistique est un outil fondamental pour comprendre l'environnement dans lequel les entreprises évoluent et, donc, pour agir sur celui-ci. Outre ses deux Enquêtes conjoncturelles annuelles, réalisées auprès de ses membres, la CCIG contribue au Bulletin statistique mensuel de l'OCSTAT et participe, depuis de nombreuses années, au financement de la régionalisation des enquêtes de conjoncture du KOF pour l'industrie, le commerce de détail, l'hôtellerie-restauration, le secteur financier et les services. Enfin, la CCIG siège au Conseil de la statistique cantonale.

Sur le rôle de la statistique, voir également CCIGinfo n°10-2015 (www.ccig.ch/publication/cciginfo)

AGENDA

Réseautage

Le 7 h 30 de la Chambre

Jeudi 16 mars 2017 de 7h30 à 9h30 - CCIG

Venez assister aux présentations des entreprises suivantes :

BDO - www.bdo.chRAMADA ENCORE - www.ramada-encore-geneve.chATIPIK - www.atipik.chILICO TRAVEL & BUSINESS SERVICES - www.ilico-travel.chIPAC DESIGN GENÈVE - www.ipac-design.chPANEMAX - www.panemax.comWEBOPERATOR - www.weboperator.net

Pitch @ CCIG

Jeudi 23 février 2017 de 12h à 14h - CCIG

Le Pitch@CCIG est ouvert à une trentaine de membres de la CCIG exclusivement.

Une demi-douzaine d'orateurs volontaires sont tirés au sort parmi

les participants pour se présenter en deux minutes sans support visuel (ni écran, ni beamer), puis répondre aux questions du public. L'événement est accompagné d'un repas assis (buffet). ■

PROGRAMME ET INSCRIPTIONS : www.ccig.ch/agenda

Commerce international

Business Luncheon

Jeudi 2 mars 2017, de 11h45 à 14h

Hotel Beau Rivage, Quai du Mont-Blanc 13, 1201 Geneva

En association avec la British-Swiss Chamber of Commerce, la CCIG propose un déjeuner - en anglais - avec l'ambassadeur du Royaume-Uni en Suisse. ■

Présentation de l'outil Standards Map

Vendredi 3 mars 2017 de 8h30 à 13h - CCIG

Cet atelier de présentation de l'outil Standards Map, destiné aux experts en lien avec le commerce international de matières premières, est organisé par le Centre du commerce international (ITC), en collaboration avec la CCIG et la Direction générale du développement économique, de la recherche et de l'innovation du canton de Genève. ■

PROGRAMME ET INSCRIPTIONS : www.ccig.ch/agenda

Rencontre du Management durable : quelle place dans l'entreprise pour les plus de 50 ans ?

24 mars 2017 de 12h à 14h - CCIG

INFORMATIONS : www.ccig.ch/rmd

Save the date

Dîner annuel de la Chambre précédé de l'Assemblée générale

10 avril 2017 dès 17h - Centre de Congrès de Palexpo



Une invitation sera tout prochainement adressée aux membres de la CCIG.

Save the date

Séminaires de formation

L'offre de formation de la CCIG s'étoffe. Réservée à ses membres, elle leur permet déjà d'apprendre à formuler un « elevator pitch » (ou comment retenir l'attention de son auditeur en une ou deux minutes), à réseauter de manière productive ou encore à « booster » son chiffre d'affaires.

Un nouveau séminaire sera mis sur pied pour la première fois le 8 mars prochain, qui a pour titre :

Convaincre ou persuader ? Améliorer l'impact de son langage non verbal. Ce séminaire interactif a pour objectif de permettre aux participants d'être à la fois convaincants et persuasifs. Il présente des outils pratiques pour mieux comprendre le langage non verbal et apprendre à le maîtriser, afin de clarifier son message, d'améliorer la qualité de ses relations, de développer son charisme, de renforcer sa capacité d'écoute et d'affirmer son management. ■

Dates des prochains séminaires de formation

8 mars et 24 mai

Convaincre ou persuader ? Améliorer l'impact de son langage non verbal

15 mars et 16 mai

Le réseautage productif : comment rencontrer l'autre

26 avril

Comment présenter efficacement son entreprise

PLATINE

OR

ARGENT

BRONZE

SKYNIIGHT

RAMADA
@ncore
Geneva

ORACLE

Allianz

GONET
BANQUIERSTRAPORTS FRANCS
ET PORTS FRANCSSWISS RISK
CAREMESSERLI
Serviceseu Business
School

CITROËN

fert

easyJet

JTI

CP

La Tour
RÉSEAU
DE SOINS

BCGE

Groupe Mutuel
Assurances
Versicherungen
AssicurazioniDAUDIN&CIE
GESTION DE PATRIMOINE IMMOBILIERCATERING SERVICES
MICROSaccès
Personnel

BDO

PROTECTAS

PaG

BALESTRAFIC

Procure
Systems

Tub



la force de l'expérience

BALESTRAFIC

Déménagement d'entreprises

Tél. 022 308 88 00 - www.balestrafic.ch

CCIG
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

myclimate
neutral
myclimate.org