

L'AGEFI

QUOTIDIEN DE L'AGENCE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE À GENÈVE

Accord euro-canadien
Pression extrême
sur le Parlement
de Wallonie PAGE 21



JA-PP/JOURNAL - CASE POSTALE 61 - CH-1026 ECHANDENS-DENDES



VOTES POPULAIRES SUR L'IMMIGRATION

Les choses se précisent à Berne

PAGE 8

FEMMES AVEC ET SANS ENFANTS EN SUISSE
Taux d'occupation très élevés

PAGE 7

UBS ET ENTRAIDE AVEC LA FRANCE
Important acquis judiciaire

PAGE 5

RÉMUNÉRATION DES PRÉSIDENTS EN SUISSE
Rattrapage par rapport aux CEO

PAGE 5

START-UP SÉCURITAIRE DE L'EPFL À MARTIGNY
L'authentification par les veines

PAGE 7

PRÉVOYANCE ET TAUX DE RÉMUNÉRATION
Le minimum abaissé par Berne

PAGE 2

LE GROUPE ALLEMAND BASF DANS LA R&D
180 emplois supprimés à Bâle

PAGE 6

JEAN-DANIEL DELLEY SUR LA SSR (2)
Les éditeurs se trompent de cible

PAGE 2

Levier opérationnel en phase maximale



BRACKEN DARRELL. Toutes les étoiles sont de nouveau alignées pour Logitech. La performance retail la plus importante de toute l'histoire du groupe.

Le titre a réalisé un nouveau bond après publication des chiffres trimestriels hier. On comprend mieux que le management se soit montré très confiant depuis des mois et que le marché ait abandonné ses derniers doutes. Les chiffres sont bons, c'est indéniable, et cela conforte l'idée que Logitech a réussi son comeback. Ce qui apparaît le plus déterminant dans ces résultats intermédiaires reste la capacité à générer de la croissance et du cash flow sur presque toutes les catégories de produits. Avec une note spéciale pour les nouvelles catégories, dont les mobile speakers, également des catégories plus historiques comme les claviers (les souris stagnent sur trois mois). Le brokerage souligne la performance de la division Audio PC&wearables, qui implique un démarrage fort de Jaybird, l'une des plus récentes acquisitions de Logitech, signalant là la capacité du groupe à créer du goodwill sur un label jusqu'alors très confidentiel. Également le retour de Logitech sur les périphériques vidéo (video collaboration), une spécialité qui a connu un long passage à vide, mais qui affiche sur trois mois une progression de plus de 40%. Logitech confirme ainsi que la stratégie de repositionnement est réaliste. Les investisseurs ne semblent plus douter non plus de la valeur du management, autour de Bracken Darrell. PAGE 5

L'impact encore insaisissable de la révolution 4.0 sur l'emploi

Comment se faire aujourd'hui une idée de ce que sera le marché du travail dans quinze ans? Brainstorming hier à Zurich.

STÉPHANE GACHET

L'avènement de l'emploi dans la révolution industrielle 4.0 suscite beaucoup d'interrogations, d'inquiétude, et c'est certainement le thème numéro un du prévisionnisme à long terme aujourd'hui. On sait surtout que ce genre de projection s'est toujours avéré très approximatif. Il suffirait pour s'en convaincre de ressortir tout ce qui a été dit dans les années 1990 sur les effets économique et sociaux du web et de la téléphonie mobile. Les dirigeants d'entreprise doi-

vent pourtant anticiper certaines choses, et c'est ce qui a été tenté hier à Zurich sous l'égide de l'Association Suisse d'Organisation et de Management (ASO). Les points de vue ont été académiques (Uni Saint-Gall), globaux (WEF), économiques (économie-suisse) et industriels (Microsoft). Pas de constat unanime au final, sinon la reconnaissance large d'un changement majeur dans un avenir très proche. La quatrième révolution industrielle est perçue comme un tournant beaucoup plus radical que les précédents. Elle sera authen-

tiquement disruptive dans les métiers, la moitié des emplois actuels du secondaire passant par l'automatisation ou la robotisation. Choc social programmé? De quoi relancer surtout, et à grande échelle, la question des compétences humaines encore utiles et recherchées dans le futur. Ce n'est pas forcément négatif si l'on considère que cela entraînera un renouvellement global des compétences. Les compétences sociales, l'interdisciplinarité, la créativité par exemple gagneraient (encore) en importance face aux nouveaux

paramètres technologiques du travail, type home office ou clickworker. Mais où est la disruption? Selon une courte enquête de l'Université de Saint-Gall auprès de dirigeants, le marché de l'emploi devrait même devenir plus flexible, plus dynamique et moins hiérarchique. L'esprit d'entreprise serait aussi favorisé, avec une signification encore incertaine sur les compétences qui incomberont dans le futur au top management. Le plus difficile à ce stade est d'anticiper le changement et le transformer en avantage comparatif. PAGE 7

L'élargissement de l'assurance classique

BÂLOISE. Nouvelles initiatives mises en oeuvre. Ambition de générer 2 milliards de cash ces cinq prochaines années.

Le groupe d'assurance Bâloise a présenté hier sa nouvelle stratégie de développement et ses ambitions pour les cinq prochaines années. De nouvelles initiatives sont mises en place pour aller au-delà de l'assurance traditionnelle, en particulier sur le plan de l'offre et au moyen des instruments numériques. En acquérant de nouveaux clients (+30% d'ici 2021). Bâloise a été le premier assureur direct en Suisse à appliquer une segmentation fine de sa clientèle à partir de 2003. Il veut maintenant progresser avec les meilleurs segments et développer les affaires de commissions.

La direction a pour objectif financier de générer une trésorerie de deux milliards de francs cumulés jusqu'en 2021, remontant à la société holding. Ce qui permettra de poursuivre une politique de dividende attractive ainsi que de racheter des actions propres supplémentaires. Bâloise se positionne sous la direction de l'actuel CEO Gerd De Winter comme un prestataire complet de services relatifs à la sécurité et à la prévoyance, au moyen de solutions pour la couverture financière et l'accroissement de fortune. En améliorant son mix d'affaires et en diminuant son besoin en capital. PAGE 4

Signification positive d'une mutation

NOTENSTEIN LA ROCHE. L'effectif réduit pourra oeuvrer plus efficacement grâce à la nouvelle plateforme.

L'annonce de Notenstein La Roche hier de supprimer un cinquième de ses effectifs d'ici 2019 semble représenter un tournant par rapport à la stratégie axée sur la croissance. Le président exécutif Adrian Künzi a toutefois souligné que les deux n'étaient pas incompatibles, bien au contraire. Ce sont les gains d'efficacité liés à la nouvelle plateforme IT, en particulier grâce à l'automatisation de certains processus qui permettent de diminuer le nombre de postes. L'investissement de 40 millions est la meilleure preuve de l'attachement à un centre de compétences puissant dans le domaine de la gestion privée. Il ne



ADRIAN KÜNZI. Objectifs de croissance et réduction des ressources humaines ne sont pas incompatibles.

peut se justifier que si Notenstein La Roche se développe au cours des prochaines années pour atteindre la taille critique. PAGE 4

Grande transition vers l'intangible

APPLE. Les résultats décevants des produits contrastent avec la performance des services. Le relais d'innovation attendu?

L'expression «now every company is a software company» devrait être de plus en plus pertinente pour Apple. En particulier sous l'angle des services online. Jusqu'à présent, l'entreprise a été vue essentiellement comme une histoire de produits, de design, d'émotion et d'expérience utilisateur. Des «doudous pour adultes», comme les iPhone ont pu être qualifiés. Avec une telle aura, et sa position de première capitalisation mondiale, les derniers résultats de la marque sont forcément commentés comme une quasi tragédie: il s'agit de la première fois en quinze ans qu'Apple voit son chiffre d'affaires annuel

reculer (-8%). Malgré des marges stratosphériques, le bénéfice net est également en forte baisse, -14%. En cause: le ralentissement des ventes du blockbuster iPhone, source de plus de 60% des revenus. Mais le déclin se ressent sur l'ensemble des produits. Si les ventes de l'Apple Watch restent confidentielles, le cabinet IDC estime qu'elles ont chuté de 71,6% au dernier trimestre... On peut alors se poser la question de la dynamique d'innovation à plus long terme. L'un des segments qui semble le plus prometteur n'est peut être pas un prochain device ou une déclinaison de l'existant. La plus forte aug-

mentation des revenus ces derniers mois se retrouve dans les services, avec 24% de hausse et plus de 6 milliards de chiffre d'affaires sur le trimestre écoulé. En début d'année, les revenus de iCloud, Apple Music et iTunes ont dépassé ceux des ventes d'iMac. Le

développement des services ne serait pas si étonnant quand on sait que chez Microsoft ou Dell Technologies, les services comme le cloud connaissent une croissance à deux, voire trois chiffres, là où d'autres produits traditionnels stagnent ou chutent. PAGE 19

Performance avec style - une approche habile des rendements absolus

BMO Global Asset Management

Équipe des investisseurs professionnels



9 771421 948000 4 00 03