

PME
MAGAZINE



Les meilleurs vins suisses
Sélectionnés par les
sommeliers romands

p. 118



QUELLE SUISSE EN 2029?

POUR FÊTER SES 20 ANS, PME MAGAZINE
VOUS DÉVOILE LA SUISSE DE DEMAIN **p. 23**



GRAND ANGLE



LA SUISSE EN 2029..... 23

Les experts interrogés sont plutôt optimistes: dans vingt ans, la Suisse aura conservé ses atouts. Et la technologie aura permis de résoudre bien des problèmes.

REPÈRES..... 3

L'éditorial d'Olivier Toublan

EN VUE

PAS DRÔLE..... 6

Les coups de griffes de Caro

VIGNERONS, AIR FRANCE, MANGO, RINGIER, THIERRY NATAF, TCS, DANO HALSALL, FAILLITES, ELITE, ETC..... 10

STRATÉGIES

CHAUSSURES..... 64

Belli, le retour du swiss made

HORLOGERIE..... 68

La petite sœur de Rolex

MANAGEMENT..... 70

Comment l'AI aide les PME dont les employés sont en burn-out

CONTRAT..... 74

La niche lucrative des antennes

RESSOURCES HUMAINES..... 76

Les secrets des entreprises où il fait bon vivre

CIDRERIES..... 79

«La pomme à jus idéale est proprement immangeable»

TRÉSORERIE..... 82

Entrepreneurs genevois cherchent crédits

PRATIQUE TÉLÉCOMS..... 84

Plus qu'un seul numéro

LÀ OÙ JE TRAVAILLE..... 86

Synonyme de perfection

RH - INTERACTIVITÉ..... 89

Bouffon des temps modernes

AMBIANCE..... 90

Ami sous haute surveillance

RAPIDO..... 95

INVEST

MÉTAL JAUNE..... 98

L'or de la dernière chance

SIX SWISS EXCHANGE..... 110

Comment fonctionne la Bourse

L'INVITÉ: PASCAL KIENER..... 112

La reprise s'annonce laborieuse et incertaine

NOUVEAUX PRODUITS..... 114

PRIVÉ

VINS..... 118

Les coups de cœur des meilleurs sommeliers suisses

LIVRES..... 129

GOÛTS ET COULEURS..... 130

Richard Aeschmann, Associé et directeur général d'Alexander Hughes Suisse

INDEX..... 8

IMPRESSUM..... 8



M. Amiguet

LE RETOUR DU SWISS MADE..... 64

Tony Giglio, le dirigeant de Belli, relance la fabrication de chaussures en Suisse. Il rapatrie des machines qui devaient quitter l'Italie pour l'Asie.



R. Colombo / diapo.ch

LES COUPS DE CŒUR DES SOMMELIERS SUISSES..... 118

La clientèle des tables romandes se tourne de plus en plus vers des vins locaux. Six pros nous présentent leurs flacons suisses préférés.

ILS ONT DIT



M. Amiguet

BRUNO MEIER
PRÉSIDENT EXÉCUTIF DE ROLEX

“ Il n'y aura jamais de Tudor avec un mouvement Rolex. Nous protégeons nos clients Rolex. ”

PAGE 68



TONY GIGLIO. L'entrepreneur a dû trouver de nouvelles solutions technologiques pour sauvegarder des emplois en Suisse, dans un secteur où toute la production part en Asie. Les coûts de main-d'œuvre y sont nettement meilleur marché.

Belli, le retour du swiss made

Tony Giglio. Le dirigeant de la société carougeoise relance la fabrication de chaussures en Suisse. Il rapatrie des machines qui devaient quitter l'Italie pour l'Asie.

SERGE GUERTCHAKOFF

Vendre 1500 paires de chaussures 100% swiss made. L'ambition paraît modeste.

Pourtant, il fallait oser, alors que l'heure est aux fermetures de manufactures. La dernière en date est celle de Minerva à Porrentruy qui ne faisait plus en Suisse que de l'injection plastique pour les semelles, ainsi que l'assemblage de la partie supérieure.

Le patron de Giglio Partners Orthopédie, Tony Giglio, tente un pari un peu fou: relancer la production de chaussures en Suisse. Après s'être associé en 2007 avec la fabrique italienne Molinari (le plus important fabricant de chaussures orthopédiques en Italie), il a fait venir à Carouge (GE) les différentes machines permettant d'effectuer les 250 opérations indispensables à la fabrication

d'une chaussure. Des robots très pointus qui prenaient la poussière en Vénétie. Car même l'Italie est frappée par la vague de délocalisation en Europe de l'Est et surtout en Asie. Il ne reste guère que le très haut de gamme qui est encore fabriqué dans le nord de l'Italie.

ORTHOPÉDIE. Le marché suisse de la chaussure s'élève à environ 40 millions de paires achetées par année. Ces besoins sont couverts à plus de 90% par les importations. Un pourcentage en constante hausse. Alors qu'en 1911, la Suisse comptait 83 fabriques occupant près de 8500 employés, ce chiffre a chuté à 20 en 1998. Et aujourd'hui, les statistiques officielles en recensent une dizaine. Parmi elles, Bally et Navyboot. En 1999, Tony Giglio reprend la direction opérationnelle

d'Ortho Chaussures, une entreprise qui fabrique des chaussures orthopédiques depuis un siècle. Un marché de niche qui chute de 20% chaque année. Avec quelque 320 paires par année, la société concernée ne devenait plus rentable. Soit il fallait licencier, soit délocaliser. C'est

80% des adultes se plaignent de leurs chaussures.

dans ce contexte que ce jeune patron a inventé et développé en Suisse son concept «Belli» (un clin d'œil au pays de la maroquinerie).

«Nous avons le savoir-faire du sur mesure. 80% des adultes se plaignent de leurs pieds dans les chaussures. Normal, seuls 35% possèdent le

ped type des concepteurs et industriels de la chaussure, résume Tony Giglio. Ces problèmes s'expliquent par le fait que, chez l'être humain, tout se ressemble, mais tout est différent. Ainsi, les bras et les jambes ne sont pas de la même longueur, n'ont pas le même volume, que l'on soit gaucher ou droitier.»

DÉFIS. Cela dit, il restait aussi à ce chef d'entreprise à relever le défi de l'esthétique. Au final, il propose 100 modèles masculins qui découlent de quatre modèles de base.

Comment sauvegarder des emplois en Suisse dans un secteur très mondialisé? «Notre concept permet de supprimer le problème des stocks. Nous avons développé des chaussures d'essai en quatre largeurs, réalisées dans un matériau thermo-plastique ayant les mêmes



FABRICATION. Un programme informatique définit la largeur et la longueur de la chaussure droite et gauche. La manufacture va utiliser prioritairement le coupon de box-calf de première qualité, mis en œuvre dans une tannerie française.

propriétés de tenue et de souplesse que la tige (le dessus du soulier) des chaussures du commerce. Pour y parvenir, nous avons entrepris une recherche avec l'aide d'entreprises travaillant dans les thermoplastiques et le polytechnicum de Milan.»

L'aboutissement de ce travail est une silicone translucide qui montre le dessus de la chaussure, en statique et en dynamique, et permet de voir les modifications à apporter à la chaussure. «Il suffit de prendre trois circonférences en décharge des deux pieds et leur longueur en charge. Ces mesures sont ensuite entrées dans un programme informatique que nous avons réalisé et qui définit la largeur et la longueur de la chaussure droite et gauche.»

Pour finir, le modèle et la couleur du cuir sont choisis. Ensuite la paire est fabriquée dans les ateliers de Genève en dix jours (7 jours de fabrication, 3 jours de transport, et ceci pour toute l'Europe).

Les machines sont arrivées d'Italie durant l'été 2007. Les programmes ont été reformatés afin de pouvoir

changer instantanément les paramètres pour réaliser, indifféremment, n'importe quelles longueurs et largeurs de chaussures. Le personnel a été formé à tour de rôle en Italie chez Molinari. «Notre catalogue était prêt en fin d'année. Il fallait ensuite trouver des revendeurs. Nous en avons 18 en Suisse, 78 en Italie et 4 en Allemagne, tous avec un profil orthopédique.»

SÉDUCTION. Afin de séduire une clientèle exigeante, Tony Giglio va utiliser prioritairement le coupon de box-calf de première qualité, mis en œuvre dans une tannerie française. Les initiales du client seront gravées à l'intérieur des chaussures. Et une des dernières filatures suisses spécialisées dans les tissus techniques va lui fournir un tissu à forte valeur ajoutée, pour l'intérieur de ses chaussures, à texture perméable à l'air, afin d'éviter la transpiration des pieds. Des microréservoirs réservoirs en paraffine stockent le surplus d'énergie produite par les pieds lors d'activités, qu'ils restituent sous forme de chaleur sèche

lorsque le pied est au repos. En plus de ces avantages, ce tissu est mis en œuvre avec l'apport de fils d'argent qui suppriment les bactéries à l'origine des mauvaises odeurs.

Il existe plus de marques suisses de chaussures que de manufactures. Cherchez l'erreur.

SWISS MADE? Le paradoxe veut qu'il existe davantage de marques suisses que de manufactures dignes de ce nom. C'est-à-dire où la totalité des étapes de la fabrication d'une chaussure est effectuée. Depuis quelques décennies, le piquage (l'assemblage des différentes pièces de cuir formant toute la chaussure, à l'exception de la semelle) est fréquemment sous-traité hors du pays pour des raisons de coût de main-d'œuvre.

Certaines marques préfèrent cacher cela en brandissant le swiss made. D'autres diver-

sifient le lieu de fabrication selon le modèle. C'est le cas de Navyboot qui indique faire produire environ 80 000 paires par an (sur un total de 400 000) chez Nuova Benelli (quelque 30 salariés) au Tessin. Le reste étant sous-traité en Italie. Bruno Bencivenga, le fondateur de Navyboot, avait contacté Luisa Benelli à Chiasso (représentante de la troisième génération) voici près de 20 ans pour lui confier la fabrication de mocassins.

Depuis lors, cette designer a même créé une collection de chaussures pour dames, commercialisée par Navyboot, qui exploite plus de 50 magasins, emploie 300 collaborateurs et réalise un chiffre d'affaires d'environ 100 millions de francs.

Et Bally? Voici près de dix ans que le site historique de Schönenwerd ne bat plus. Le siège et la production ont été regroupés à Caslano, au Tessin. Officiellement, la quasi-totalité des modèles masculins et la moitié des modèles féminins y seraient fabriqués. La firme ne dévoile pas le détail des opérations qui sont ou non effectuées en Suisse. ▶



STOCKS. Le concept permet de supprimer le problème des stocks. Les chaussures d'essai sont développées en quatre largeurs, dans un matériau thermoplastique ayant les mêmes propriétés que la tige des chaussures du commerce.

► Au niveau mondial, Bally réaliserait un chiffre d'affaires d'environ 500 millions de francs, dont 50% proviennent de la vente de chaussures. Au Tessin, Bally emploie quelque 400 personnes et annonce un chiffre d'affaires de 167 millions de francs.

PETITES MARQUES. Derrière ces deux «géants», il existe quelques petites marques de niche: Dansko-Helvesko, Kandahar et Künzli. Dansko-Helvesko appartient à Integra Nusschhof, basé à Bâle Campagne. Son prospectus indique que ses trois marques (Helvesko, Ladysko et Dansko) sont fabriquées «en Suisse et en Europe». Elle s'est spécialisée dans la chaussure de confort et réalise la moitié de ses ventes par le biais d'un tout-ménage distribué en Suisse. Installée dans l'Oberland bernois, la marque Kandahar s'est fait connaître pour ses chaussures de ski dans l'entre-deux-

guerres. Puis elle a élargi sa production, entre autres, aux bottes d'hiver. Elle produit entre 15 000 et 20 000 paires par année avec une vingtaine de collaborateurs.

Plus loin, en Argovie, la maison Künzli (créée en 1927) propose des chaussures sport à cinq rayures. C'est elle qui a équipé l'équipe suisse olympique à Pékin! Elle a gagné son procès contre la société américaine K-Swiss Inc., jadis issue de Künzli, qui voulait lui interdire l'utilisation des cinq bandes. Künzli emploie 26 collaborateurs, lesquels maîtrisent toutes les étapes de la fabrication.

Toujours en Argovie, on trouve le fabricant Fretz Men, une usine de chaussures pour hommes, qui a su se positionner avec succès à l'étranger, essentiellement en Autriche et en Allemagne. Son directeur général, Daniel Omlin était auparavant à la tête de la manufacture pour femmes

de Bally à Aarau. L'entreprise affirme être le plus important fabricant de chaussures pour hommes du pays. Elle annonce une production de près d'un demi-million de chaussures par an. En 2005, Fretz Men a investi 5 millions de francs afin de s'agrandir. Son usine emploie 80 salariés à Fahrwangen.

CÉLÉBRITÉS. Il existe aussi des marques suisses dont la fabrication est confiée à des sous-traitants établis hors de notre pays. C'est le cas de la marque MBT, dont le chiffre d'affaires explose. Elle exporte désormais dans 34 pays et vient d'ouvrir sa douzième boutique en propre en Suisse, en l'occurrence à Genève. «Nous avons beaucoup de photos de stars et de personnalités portant nos chaussures», relève Christina Hanke. Le siège mondial et la recherche et développement sont situés en Thurgovie, où près de 80

personnes sont installées. Tandis que la production est réalisée en Asie: «Nous avons signé une charte sociale avec nos fournisseurs, certifiée par un organisme de contrôle». Sans être exhaustif, on peut encore citer les chaussures de sport Springboost, sise dans le canton de Vaud, dont la production est aussi effectuée en Asie.

Dans un autre registre, citons encore la jeune marque de chaussures pour hommes Howell (deux boutiques en Suisse romande), lancée par trois passionnés; le Genevois Walter Steiger, un créateur internationalement reconnu dont les œuvres sont portées par des célébrités comme Catherine Deneuve ou Jeanne Moreau; et Béa Novelli, qui tente de développer son affaire créée à Genève en 1993. Elle est désormais aussi présente à Londres et New York et cherche un partenaire pour Tokyo. ■

Publicité



Le Partenaire Technologique

SII SA est une société de conseil et d'ingénierie. Nous sommes certifiés **Microsoft Gold Partner** et évalués **CMMi** nous intervenons dans des projets à forte valeur ajoutée sur différents niveaux :

la consultance informatique le développement forfaitaire la délégation de compétences les centres de service

CMMi®

Visitez notre site internet : www.sii-ch.com - 022 827 02 70

Microsoft
GOLD CERTIFIED