

Potentiel d'un lien vers le domaine de Zermatt

SAAS FEE. C'est le seul moyen de renverser la tendance des nuitées diminuant plus vite que la moyenne suisse.

CHRISTIAN AFFOLTER

Un investisseur néerlandais travaillant pour le hedge fund new-yorkais Renaissance Technologies souhaite transformer le modèle d'affaires et le domaine skiable de Saas Fee pour renverser la tendance très négative enregistrée au cours des dernières années. Même si la station valaisanne n'a guère perdu de places sur la liste des communes suisses enregistrant le plus de nuitées (19e en 2012), le nombre de nuitées baisse à un rythme supérieur à la moyenne suisse, faisant également diminuer les revenus des remontées mécaniques, le bénéfice généré n'arrivant plus à couvrir les coûts du capital. Une fusion avec les installations de Saas Almagell, Saas Balen et Saas Grund permettrait de les exploiter de manière plus efficace. Le projet phare d'Edmond Offermann est de réaliser un téléphérique jusqu'au Feejoch (3826 m), ainsi que la longue liaison avec le domaine de Zermatt. Relier ces deux domaines avait déjà fait partie des visions de Hubert Bumann, qui avait joué un rôle-clé dans le développement de Saas Fee pendant au moins une cinquantaine d'années. Sa réalisation devrait non seulement relancer la saison d'été pour les skieurs, mais aussi attirer des touristes asiatiques pour lesquels ces nouvelles perspectives représenteraient un argument-clé pour les inciter à faire leur visite de l'Europe en passant par Saas Fee. Ce nouveau flux devrait également diminuer la dépendance de la station des fluctuations saisonnières. Mais l'approche peu conciliante de l'investisseur étranger, qui est entré dans le capital au moment où la Compagnie des Alpes avait vendu sa part de 41,6% en octobre 2009 (acquise essentiellement en 2001), détenant actuellement 39% de Saas-Fee Bergbahnen, suscite des oppositions au sein des villageois. D'autant plus qu'il souhaite appliquer un modèle d'affaires intégré, avec des hôtels et les remontées mécaniques sous le toit d'un seul groupe. Ce qui

rappelle les engagements du milliardaire norvégien Kristian Siem aux Diablerets, du groupe russe Mirax à Crans-Montana/Amnnona ou encore l'énorme projet de développement d'Andermatt (UR) de l'égyptien Samih Sawiris, qui fait accompagner la construction d'un complexe hôtelier et résidentiel d'un développement du domaine skiable, créant un lien encore plus fort vers Sedrun (GR). Leur vision de rentabiliser les remontées mécaniques, notamment en diminuant les coûts, se confronte à l'idée que l'exploitation de ces installations fait partie du service public.

«Chacun devrait exprimer son avis, mais à la fin, le processus de décision n'est pas démocratique. Il doit être pondéré en fonction de l'implication dans ce projet de développement», a estimé Edmond Offermann dans une interview avec *Bloomberg*. L'investisseur ne semble en tout cas pas pouvoir compter non plus sur un soutien du côté de Zermatt. Les autorités locales s'y montrent nettement plus intéressées par le développement de nouvelles liaisons vers des domaines skiables en Italie, disposant de surcroît de remontées mécaniques modernes. Avec un investissement pour un télécabine de 30-35 millions de francs, les 300 km de pistes de Zermatt/Cervinia s'agrandiraient à 650 km, en ajoutant Gressoney/Ayas/Sesia! Rien que pour Saas Fee, la première étape de la construction vers le Feejoch revient à plus de 68 millions. Les défenseurs du projet sont néanmoins convaincus que le simple remplacement d'installations existantes ne suffit plus pour compenser la perte d'attractivité subie également en raison d'un manque d'investissements dans les infrastructures au cours des années 2000. Et même des villageois très critiques vis-à-vis de la prise de pouvoir d'étrangers doivent admettre que les hôtes n'accepteront plus des téléski vétustes. ■

RELIER LES DEUX DOMAINES AVAIT DÉJÀ FAIT PARTIE DES VISIONS DU PÈRE FONDATEUR DU DOMAINE SKIABLE DE SAAS FEE.

Deux biens immobiliers vendus en une année

BFW. L'entreprise a généré un revenu net des loyers de 19,6 millions de francs en 2012. Contre 19,8 un an auparavant.

BFW Liegenschaften a généré un revenu net des loyers de 19,6 millions de francs en 2012, contre 19,8 millions de francs un an auparavant. Le revenu opérationnel au niveau EBIT est prévu à 13,4 (18,3) millions de francs pour l'ensemble de l'année. Le bénéfice, quant à lui, est estimé à 6,8 millions de francs, incluant le revenu des

revalorisations, comme il ressort d'un communiqué publié mardi par la société immobilière. Les charges d'exploitation se sont montées durant l'année 2012 à 6,7 (6,0) millions de francs. Les chiffres présentés pour l'année écoulée par l'entreprise n'ont pas encore été audités, selon BFW. BFW a vendu deux biens immobiliers en 2012, contre onze en 2011. Sur ces cessions, le groupe a enregistré un bénéfice de 0,3 million de francs, contre 2,2 millions de francs l'année précédente. Le groupe immobilier publiera ses résultats détaillés pour 2012 le 14 mars. ■

L'élargissement d'une prestation réputée élitiste

TIMEFORYOU. La conciergerie en entreprise a une franchise en Argentine. Extension programmée à Zurich.

DAMIEN GROSFORT

Les collaborateurs des entreprises cherchent de plus en plus de solutions pour optimiser leur temps et se détacher des contraintes quotidiennes, afin de se concentrer sur leurs tâches professionnelles. Selon Julie Besson, la co-créatrice de l'entreprise TimeForYou, «Ils cherchent aussi à pratiquer plus de loisirs qu'auparavant, et à des conditions préférentielles».

La responsable de l'entreprise, diplômée en droit européen, a multiplié les voyages et expériences professionnelles à l'étranger. A son arrivée en Suisse, elle a été surprise par le contraste entre le dynamisme des entreprises et le manque d'offres de services à la personne, en particulier à destination des femmes.

Créée en 2007, l'entreprise TimeForYou propose le concept de conciergerie privée, avec un interlocuteur unique, aux clients cibles que sont les entreprises de l'arc lémanique, quelle que soit leur taille. L'objectif est d'assister les collaborateurs au quotidien, en leur proposant une large palette de services de proximité, du pressing au cordonnier, en passant par le lavage de leur véhicule. Près de 300 prestataires partenaires ont ainsi été référencés par l'entreprise genevoise.

La prestation de conciergerie est effectuée sur site pour les entreprises de plus de 200 collaborateurs, ou à distance, via le site web

de l'entreprise, pour les plus petites structures.

Le business model de l'entreprise repose sur un contrat avec les entreprises, le plus souvent un abonnement annuel. Le collaborateur ne règle que ses commandes, le plus souvent à des prix préférentiels négociés.

Les quinze entreprises en contrat annuel avec TimeForYou sont de taille variable (de 50 à plus de 2000 personnes) et sont actives dans le négoce, le secteur bancaire ou encore la grande distribution. Alors qu'un client sur deux est anglophone, 30% d'entre eux sont des expatriés, tandis que les 70% restants sont des locaux.

L'entreprise, qui a eu parmi ses premiers clients Merck Serono, est majoritairement composée de femmes. Elle emploie dix personnes dont sept concierges présents sur site.

A la différence de certains de ses concurrents, TimeForYou tient à proposer ses prestations à l'ensemble des employés, sans sélection élitiste de ces derniers, et n'effectue aucune prestation elle-même. L'entreprise, qui a développé son propre logiciel de suivi administratif et financier, se veut avant tout un intermédiaire entre les clients et les prestataires de services sélectionnés.

Si son cœur de métier demeure la conciergerie d'entreprise, secteur promis à un bel avenir puisque son chiffre d'affaires progresse chaque année de 30%, Julie Bes-

son souligne la nécessaire diversification d'activité: «Outre le mandat quotidien et sur du long terme incarné par la conciergerie, nous proposons désormais des prestations plus ponctuelles comme la formation (pour les concierges) ou la relocation, très en vogue».

Pour la responsable de l'entreprise, l'une des priorités reste le développement de l'activité en Suisse romande: «Vu le nombre de multinationales et grandes entreprises présentes sur le bassin lémanique, je reste convaincue que notre expansion potentielle est encore grande».

Julie Besson insiste toutefois sur la différence fondamentale entre le marché français et la situation suisse romande: «Alors que dans les grandes villes françaises, la demande auprès des entreprises de notre secteur a explosé ces dix dernières années, nous devons en revanche effectuer un énorme travail de démarches auprès des acteurs économiques locaux. Le concept est encore novateur et il reste très méconnu». Elle rappelle qu'en Suisse, le service à la personne est encore peu valorisé et développé.

En 2013, la responsable souhaite aussi concentrer son activité sur la poursuite du développement en Amérique du Sud: TimeForYou propose ses services depuis deux ans à Buenos Aires, soutenu par un entrepreneur suisse, actif dans cette région et ancien client

du prestataire genevois. Cette première franchise, située hors de Suisse, emploie cinq personnes et incarne la première étape de l'expansion sud américaine de TimeForYou. Elle prévoit à court terme la duplication du business-model au Brésil puis, dans un second temps, en Colombie. «L'exportation de notre concept dans une région lointaine si spécifique a nécessité un vaste processus d'adaptation et de mise en conformité de notre modèle.»

Celle qui a œuvré pendant quinze ans au sein d'un grand groupe hôtelier avoue son rêve de pénétrer un jour le marché chinois, mais envisage tout d'abord la mise en place d'un second bureau en Suisse, à Zurich, pour couvrir toute la région de la métropole suisse alémanique.

Julie Besson confirme enfin la très bonne image du label suisse, gage de qualité pour ses clients d'Amérique du Sud. «A l'instar de son hôtellerie de luxe, la Suisse bénéficie d'une image de prestataire de services de grande qualité, ce qui est prépondérant dans le développement de notre activité.» ■

NOUS DEVONS EFFECTUER UN GRAND TRAVAIL DE DÉMARCHES AUPRÈS DES ACTEURS ÉCONOMIQUES LOCAUX CAR LE CONCEPT EST ENCORE NOVATEUR.

Croissance accélérée en Suisse romande et à l'international

IMPLENIA. La nouvelle structure de management donne plus de visibilité et d'autonomie aux axes de croissance. Approche régionale très présente.

STÉPHANE GACHET
ZURICH

Le groupe de construction basé à Dietlikon Zurich a annoncé hier l'extension de sa direction. De trois divisions, la structure passe à sept départements, dont les directeurs sont intégrés dans le Group Executive Board, toujours sous la présidence exécutive d'Anton Affentranger. Beat Fellmann, directeur financier, fait aussi partie du board et dirige le Corporate Center, qui centralise toutes les fonctions back office. Un ajustement d'étape qui survient alors que le groupe a atteint, plus tôt que prévu, son objectif de bénéfice opérationnel Ebit de 100 millions de francs, accompagnant une progression de plus de 6% du chiffre d'affaires en 2012. La direction indique que des nouveaux objectifs financiers seront communiqués en



ANTON AFFENTRANGER. Il a atteint l'objectif des 100 millions de marge plus tôt que prévu.

marge de la présentation des résultats annuels, le 26 février prochain à Zurich.

Dans la structure étagée, l'axe régional est particulièrement présent, avec trois nouvelles divisions. A l'international, la Norvège devient une entité à part entière. La direction du groupe précise que ce changement reflète l'évolution et l'importance de l'activité dans cette région. La Norvège doit également être considérée comme la tête de pont d'Implenia dans les pays scandinaves, qui s'imposent en cible de développement naturelle et prioritaire.

L'activité à l'international se poursuit aujourd'hui encore dans le sud de l'Allemagne et au Moyen-

Orient, avec deux projets de micro-tunneling à Abu Dhabi et au Qatar. La direction précise que la diversification géostratégique est toujours en cours, possiblement par voie d'acquisition, comme ce fut le cas en Norvège. En termes de structure managériale, il est prévu, le cas échéant (c'est-à-dire quand une certaine masse critique est atteinte, dans une approche au cas par cas) de constituer d'autres divisions pays, sur le modèle de la Norvège.

Le développement de l'axe régional touche également la Suisse, avec la constitution de deux entités représentant les parties alémanique et romande. Une manière de signifier la volonté du groupe de renforcer son ancrage local, en particulier dans la région francophone (le groupe possède un siège local à Onex Genève, avec représentations dans les cantons de Vaud, Neuchâtel et Fribourg). Globalement, le déploiement au niveau domestique devrait surtout profiter de l'activité modernisation (qui comprend la rénovation et toutes les prestations liées à la méga-tendance énergétique et durabilité) et développement de projets real estate.

Dans le détail, les Secteurs Modernisation & Development, Buildings et Tunneling & Civil Engineering s'adressent à des clients institutionnels et interrégionaux en Suisse et à l'international. Ils disposent de l'expertise à la réalisation de mandats complexes dans les domaines de la modernisation, du développement de projets et du bâtiment ainsi que de la construction de tunnels et d'infrastructures. Les Régions sont le visage d'Implenia sur les marchés régionaux. Elles s'adressent aux clients locaux en Suisse et en Norvège et prennent en charge la réalisation de projets dans les travaux publics et routiers, le bâtiment régional et - en Norvège - la construction d'infrastructures. A côté du Corporate Center existant, Implenla dispose désormais aussi d'un Technical Support. Cette dernière unité constitue la conscience technique du Groupe et agit en moteur de développement durable et d'innovation. Par ailleurs, à partir du 1er mars 2013, Implenla regroupera toutes les unités opérationnelles existantes sous un même toit au sein d'Implenia Suisse, simplifiant ainsi considérablement sa structure juridique. ■