

# Premières précisions sur une enquête

**INDUSTRIE HORLOGÈRE.** *La vente de montres est-elle distincte du service après-vente? La Commission européenne devra à nouveau trancher.*

STÉPHANE GACHET  
ZURICH

La Commission européenne a annoncé le 5 août dernier l'ouverture d'une procédure en matière d'ententes et de positions dominantes sur les fabricants de montres de luxe. En cause, l'obligation de rétablir les livraisons de pièces détachées aux horlogers-réparateurs indépendants. Ces derniers sont regroupés, au niveau européen, dans une fédération, à l'origine d'un dossier ouvert en 2001. L'objectif de la nouvelle enquête est de (re)définir le marché relevant en matière d'horlogerie de luxe (dès 1000 euros, selon la définition européenne). Autrement dit, il s'agit de déterminer si la vente de montres et les prestations de services (réparations et entretiens) doivent être considérées comme des activités distinctes. C'est la position soutenue par les membres de la CEAHR (Confédération européenne des associations d'horlogers-réparateurs). Précisions chronologiques, une première enquête avait été lancée en 2004 à la suite d'une plainte for-

melle. La Commission rejette la plainte en juillet 2008. Un recours est déposé et validé en décembre 2010 par le Tribunal de l'Union Européenne, qui annule la décision de la Commission et exige une nouvelle procédure. Procédure dont l'issue pourrait prendre encore un certain temps.

La Fédération horlogère suisse avait été intégrée comme expert dans la première enquête. Le président s'en tient pour l'instant au devoir de réserve, mais s'attend à être à nouveau interpellé. Il s'agira, une fois encore, de démontrer le fonctionnement de l'industrie et l'importance de la distribution sélective.

Selon Michael Van Gompén, président de la CEAHR et de l'association des horlogers-réparateurs belges, la plainte concerne une soixantaine de marques, toutes suisses à l'exception de quelques fabricants allemands en mains helvétiques (Glasshütte Original, Union, Lange & Söhne). Soit la presque totalité des groupes et des grandes marques actifs en Suisse, Swatch, Richemont, Rolex, Patek, Audemars-Piguet, Girard-Perre-

gaux, Franck Muller, etc. Mais pas strictement dit l'ensemble du secteur qui est concerné, même si, de fait c'est bien le cas, étant donné la concentration de la production (autour de Swatch-ETA-Nivarox). Le président note quelques exceptions, dont le groupe Festina, qui conserve une politique non-restrictive.

L'infraction présumée aux règles de concurrence de l'UE n'est que la suite (logique) de l'évolution de l'horlogerie suisse sur la dernière décennie. Jusqu'à la fin des années 1990, dans les pays non producteurs (soit toute la zone euro, en l'occurrence), ce sont les réparateurs indépendants multimarques qui ont traditionnellement assuré les services après-vente des montres de luxe. L'activité est d'ailleurs encore soutenue. L'existence d'associations nationales en témoigne. La seule Belgique compte quelque 600 à 700 micro-entreprises (1 à 3 collaborateurs). La profession s'est toutefois nettement précarisée au tournant des années 2000, avec un changement de régime drastique. L'industrie suisse traverse alors une période de forte consolidation,

notamment marquée par l'expansion du groupe Richemont, dans la foulée du grand retour de la montre mécanique.

C'est aussi le début d'une orientation massive vers le (très) haut de gamme, avec pour corollaire un changement radical des paramètres commerciaux. L'élément central étant la mise en place à grande échelle de la distribution sélective, sur le modèle restrictif développé par Rolex et Patek une vingtaine d'années plus tôt. Le service après-vente devient un élément clé du positionnement luxe et de la mise sur le marché de montres à hautes complications, par nature fragile et exigeante en maintenance. Pour rentabiliser les investissements massifs et tenir le discours de l'exclusivité, la distribution sélective est étendue aux pièces détachées. Avec pour effet direct et immédiat la fin de l'approvisionnement des horlogers indépendants. Comment ces derniers font-ils pour tenir leur activité? Michael Van Gompén insiste sur la précarité d'un métier qui s'exerce en mode survie depuis 2000. Certains ont pu tourner quelque temps sur leur stock. D'autres se sont

orientés vers la vente. Pour la majorité, l'essentiel de l'approvisionnement en fournitures se joue sur le marché parallèle.

Une telle situation serait impensable dans d'autres industries, comme l'automobile. Comment se fait-il qu'elle soit tolérée en horlogerie? C'est précisément sur ce point que la Commission doit à nouveau se pencher. La première enquête avait donné raison aux fabricants en considérant que les prestations de services font bel et bien partie intégrante de la montre de luxe. Une conclusion que le Tribunal de l'Union européenne remet maintenant en cause. Les paramètres de la nouvelle enquête n'ont pas à proprement parlé évolué et les revendications des horlogers-réparateurs sont identiques: amener la Commission européenne à reconnaître la distinction de la vente et des services. «Ce ne sont pas les mêmes structures, pas les mêmes opérateurs. L'amalgame n'est pas en faveur d'un consommateur obligé de passer par des filières agréées, sans possibilité de contrôle sur le coût réel de la réparation.» ■

## HOTELPLAN: prise de participation dans Inter Chalet Ferienhaus

Hotelplan, filiale de la Fédération des coopératives Migros (FCM), a annoncé jeudi qu'elle montait à hauteur de 26% dans Inter Chalet Ferienhaus-Gesellschaft mbH à partir du 1er novembre 2011. Les 74% restant seront repris deux ans plus tard. Le montant de la transaction dans cette société de Fribourg-en-Brigau est tenu secret. Inter Chalet Ferienhaus-Gesellschaft mbH, spécialiste de la location de maisons et d'appartements de vacances, réalise un chiffre d'affaires de 300 millions d'euros et emploie 500 collaborateurs.

## FLUGHAFEN ZÜRICH: augmentation du nombre de passagers

Flughafen Zürich, société de gestion de l'aéroport de Zurich, annonce pour le mois de juillet une augmentation de 8,6% à 2.451.404 du nombre de ses passagers. Les passagers locaux ont augmenté de 9,6% à 1.663.006 et celui des passagers en transit de 6,5% à 780.490. Le taux de transfert en juillet a été de 31,9%, ce qui représente une hausse de 0,6% par rapport à l'année. Au total, l'aéroport a enregistré pendant les sept premiers mois de cette année environ 13,9 millions de passagers, soit une hausse de 8,9%.

## La confrontation est programmée

### HORLOGERIE.

Deux salons horlogers seront en concurrence à la même période.

A Genève et Lausanne.

Les organisateurs du salon EPHJ-EPMT (Environnement Professionnel Horlogerie Joaillerie/Environnement Professionnel Micro Technologies) ont présenté hier la 11<sup>e</sup> édition de la manifestation horlogère qui se tiendra du 5 au 8 juin 2012 sur le site de Palexpo (Genève). Depuis dix ans, le salon avait lieu à Beaulieu (Lausanne) mais la nouvelle stratégie d'exploitation du site par son propriétaire, le groupe MCH, avait contraint les créateurs du salon à un départ forcé. Olivier Saenger, copropriétaire de la manifestation expliquait que la convention arrivait à échéance cette année et que MCH l'avait dénoncée sans les avoir informés au préalable. Le groupe MCH, organisateur notamment de Baseworld, avait proposé ensuite la reprise du salon, mais l'offre, jugée «dérisoire» fut immédiatement rejetée.

En juillet dernier, MCH a annoncé dans un communiqué la création du salon Lausannetec, qui accueillera du 22 au 25 mai 2012 les professionnels des microtechnologies et de la haute précision pour l'horlogerie-joaillerie, les technologies médicales et l'électrotechnique. A première vue, un concept qui semble être identique à celui proposé dorénavant à Genève. La conférence officielle ayant lieu lundi prochain, aucun détail de la manifestation n'est encore connu. Néanmoins, d'après certaines personnes proches de la manifes-

tation, le salon lausannois «se différencierait fortement de celui de Genève.»

Le sujet embarrasse les deux copropriétaires d'EPHJ-EPMT. Mais Olivier Saenger affiche toutefois une certaine sérénité. «80% des exposants de l'année précédente se sont déjà engagés avec nous et nous avons réussi à baisser le prix des emplacements.» Les avis concernant le nouveau propriétaire de Beaulieu sont toutefois virulents: «le salon créé par MCH n'est qu'une pâle copie de notre concept. Une concurrence saine est utile dans notre domaine, mais MCH a juste la volonté d'asseoir encore plus sa situation monopolistique.»

Un conflit juridique a opposé les deux parties au mois de juin, et selon Olivier Saenger, un accord aurait été trouvé. Aucune information concernant les éléments constitutifs de l'affaire n'a été divulguée mais du côté de MCH on tente de ne pas envenimer la situation. «La concurrence est normale.» Il est peu probable que les entreprises participeront aux deux manifestations durant la même période. C'est l'avis que partage Alain Borle, président exécutif de Pac Team, entreprise active dans la création de décors pour les marques horlogères. Pour l'instant, il n'est pas certain que Pac Team participera à l'un d'entre eux mais si c'était le cas, la préférence irait pour le salon Lausannois. «Le groupe MCH a des moyens financiers qui permettent de réaliser un salon de haute qualité, de plus leur réseau mondial est une force indéniable pour attirer les exposants.» Mais pour Alain Borle, tout porte à croire que seul un des deux salons pourra perdurer. (YS)

## Solide progression des marges d'exploitation

### GATEGROUP.

Les chiffres présentés pour la première partie de 2011 ont répondu aux prévisions des analystes.

Gategroup a dégagé sur le premier semestre 2011 un bénéfice net de 20,1 (9,3) millions de francs (+116,1%) pour un chiffre d'affaires de 1318,7 (1317,2) millions. L'EBITDA a été de 88,4 (92,8) millions, la marge EBITDA s'inscrivant à 6,7% contre 7,0% un an auparavant. Le bénéfice d'exploitation a progressé de 44,6% à 49,1 millions, une fois tenu compte des fluctuations de devises. Le bénéfice d'exploitation a été positivement influencé par une réduction de paiements par action en comparaison de 2010, relève le CFO Thomas Bucher, cité dans le communiqué publié jeudi par Gategroup.

Les chiffres présentés par Gategroup pour la première partie de 2011 ont répondu aux prévisions des analystes (consensus AWP). Le chiffre d'affaires avait été prévu à 1,33 milliard, l'EBITDA à 86,4 millions et le bénéfice net à 19,3 millions.

Au 30 juin, le résultat de base par action était de 0,68 (0,47) franc et le résultat dilué à 0,68 (0,44) franc également. La société prévoit toujours de verser un dividende pour l'année 2011. Mais la direction précise que le dividende sera dépendant de la performance enregistrée sur l'ensemble de l'année. Gategroup semble moins optimiste maintenant comparé à la présentation de mars dernier; le dividende visé ne se basait alors pas sur l'ensemble de l'année. Le bilan du groupe de catering et de logistique s'est vu renforcé et



ANDREW GIBSON. Gategroup envisage un revenu annuel d'environ trois milliards pour 2011.

cours du deuxième trimestre par une augmentation de capital. La dette nette a été réduite de 271,1 millions à 157,1 millions par rapport à juin 2010, ce qui représente une baisse de 63,3%, relève Gategroup.

Pendant les six premiers mois de 2011, la société a observé une croissance d'une année sur l'autre dans l'industrie des compagnies aériennes, sa principale clientèle, malgré les inquiétudes qui étaient apparues en début d'année (flambée des prix du pétrole, catastrophes au Japon notamment et interruptions de vols en Europe et en Amérique du Sud).

Andrew Gibson, président du groupe, cité dans le communiqué, se dit «optimiste» sur le fait que les effets observés au cours de la première partie de l'année seront encore plus atténués tout au long du reste de l'année. «En ce qui concerne la seconde partie de l'année, nous demeurons prudemment confiants», déclare cependant le CFO.

Sauf événement imprévisible, Gategroup envisage un revenu annuel pour 2011 d'environ 3 milliards en monnaie constante. Les résultats qui seront réellement affichés dépendront, entre autres, du développement de l'environnement des taux de change. ■

## Des facteurs exogènes pèsent sur les résultats

DUFRY. Le distributeur de produits hors taxe a ressenti les troubles politiques en Afrique du Nord et la situation d'insolvabilité de la compagnie aérienne Mexicana.

Dufry a subi des vents contraires au premier semestre 2011. En plus de l'impact du franc fort, le distributeur de produits hors taxe a ressenti les troubles politiques en Afrique du Nord ainsi que la situation d'insolvabilité de la compagnie aérienne Mexicana. Sans ces facteurs exogènes, le groupe aurait enregistré une forte croissance organique, souligne jeudi son CEO Julian Diaz dans un communiqué. Du côté des bonnes nouvelles, Dufry a remporté de nouvelles concessions, ce qui est prometteur pour l'avenir.

Le groupe bâlois a réalisé un chiffre d'affaires en recul de 6,8% à 1181,3 millions de francs au premier semestre 2011, contre 1267,9 millions un an plus tôt. A taux de change constant, les ventes se sont accrues de 10,2%, la croissance organique représentant 7,9%. L'EBITDA a reculé de 3,9% à 148,3 (154,3) millions, mais progressé de 17,4% à taux de change constant, pour une marge correspondante de 13,0 (12,2)%. L'EBIT est resté stable à 84,7 (84,2) millions. Au final, Dufry boucle les six premiers mois sur un bénéfice net de 57,1 (60,7) millions, soit en recul de 5,9%, et un bénéfice net attribuable aux actionnaires de 46,2 (40,4) millions (+14%). Les chiffres de Dufry sont inférieurs aux attentes des analystes dans tous les domaines. Le consensus AWP avait projeté un chif-

fre d'affaires de 1206,6 millions, un EBITDA de 153,6 millions, un EBIT de 90,3 millions et un bénéfice net attribuable aux actionnaires de 49,1 millions.

A fin juin, le niveau de liquidités net des activités opérationnelles était de 117,7 millions.

Les surfaces de vente ont été agrandies de 5000 m<sup>2</sup> supplémentaires. Trois boutiques ont été ouvertes en Europe et une à Bâle. Dix nouvelles ouvertures sont prévues en Afrique grâce aux nouvelles concessions. En Chine, Dufry a signé un contrat pour une concession de cinq ans dans la province de Sichuan. Les activités devaient démarrer en février 2012 avec l'ouverture d'un nouveau terminal, se félicite Dufry.

D'autres boutiques ont également lancées en Amérique du Sud, centrale et dans les Caraïbes. En Amérique du Nord, Dufry a également remporté la concession pour le terminal international 5.

Dufry a enregistré une croissance dans toutes les régions en monnaies constantes, à l'exception de l'Afrique. En franc suisse, seule l'Amérique du Sud affiche une progression, d'environ 6%. L'Amérique centrale et les Caraïbes ont reculé de 14%, l'Eurasie de 16%, l'Amérique du Nord de 9%, l'Afrique et l'Europe cédant respectivement 26 et 1%.

L'évolution des activités en Afrique est à mettre en perspective avec les troubles politiques. L'Egypte s'est redressée au deuxième trimestre, alors que la situation a peu évolué en Tunisie. La progression de l'Amérique du Sud est due au marketing de Dufry et à la croissance à deux chiffres du nombre de passagers. En Europe, la France, l'Italie, l'Espagne et la Suisse ont connu une solide croissance. ■