

*3 novembre 2016*

**Rapport de la commission des finances chargée d'examiner la proposition du Conseil administratif du 15 décembre 2015 en vue de la modification d'une servitude de passage public à pied au profit de la Ville de Genève grevant les parcelles N<sup>os</sup> 6971 et 6993 de Genève-Cité sises rue de la Confédération 6, 8 et 10, propriétés de la PPE Patac et de Crédit Suisse Fondation de placement, moyennant une compensation financière de 1 038 956 francs.**

**Rapport de M. François Mireval.**

La proposition PR-1168 a été renvoyée à la commission des finances par le Conseil municipal lors de la séance plénière du 19 janvier 2016. La commission l'a étudiée lors de ses séances des 1<sup>er</sup> mars (organisation des auditions), 15 mars, 16 mars et 20 avril 2016, sous la présidence de M. Jacques Pagan. Les notes de séances ont été prises par MM. Jorge Gajardo et Nicolas Rey, que le rapporteur remercie chaleureusement pour l'excellente qualité de leur travail.

**Résumé**

L'historique mouvementé du lieu (depuis les années 1960) figure dans la rubrique «Exposé des motifs» de la proposition. Les actuels propriétaires de Confédération Centre (principalement Crédit Suisse Fondation de placement – CSF) souhaitent y entreprendre d'importants travaux de rénovation avec agrandissement de certaines surfaces commerciales, ainsi que d'obligatoires et indispensables mises aux normes énergétiques. Le projet inclut un empiètement sur les actuels passages publics à l'intérieur du complexe: ils passeraient de 2835 m<sup>2</sup> à 2609 m<sup>2</sup>, soit une diminution de 226 m<sup>2</sup>, c'est-à-dire de 8% (principalement au rez-de-chaussée). Après négociation entre les propriétaires concernés, qui ont fait appel à un groupe d'experts indépendants, le porteur principal du projet a accepté d'indemniser les bénéficiaires des servitudes. Ainsi, la Ville toucherait une compensation de 1 038 956 francs si le Conseil municipal approuvait cette proposition PR-1168. En cas de refus, les propriétaires redessinaient le projet pour qu'il ne modifie plus les servitudes, ce qui priverait le Conseil municipal de la possibilité de l'étudier et de l'amender éventuellement, et priverait la Ville de la compensation financière.

La Ville, via les plans d'utilisation du sol (PUS), a obtenu le maintien de la brasserie Lipp et des cinémas Pathé-Rex dans leur affectation actuelle après travaux, ainsi que la préservation des traboules, des servitudes de passage public et de l'escalier roulant proche de l'arrêt du tram. Les baux des commerçants sont résiliés pour la durée des travaux (deux ans environ), mais des accords ont été trouvés entre

les propriétaires et la plupart d'entre eux. Certains de ces commerçants ont obtenu de pouvoir revenir après les rénovations, parfois avec le même loyer.

Une large majorité de la commission comprend la nécessité des travaux à réaliser, apprécie le montant de l'indemnisation pour la Ville et fait confiance à l'action de M. Pagani quant au respect des PUS et aux solutions à trouver pour les locataires encore en attente d'un accord.

Pour une petite minorité de la commission, il s'agit surtout d'un projet d'embellissement à but spéculatif, qui vise à remplacer par des boutiques de luxe (à loyer excessif) les actuels commerces de proximité à loyer à peu près abordable.

### **Séance du 15 mars 2016**

*Audition de M. Rémy Pagani, conseiller administratif chargé du département des constructions et de l'aménagement (DCA), accompagné de M<sup>me</sup> Charollais, codirectrice du département, de M<sup>me</sup> Fauconnet Falotti, responsable de l'Unité opérations foncières, et de M. Bosson, gérant d'opérations foncières au DCA*

M. Pagani décrit ses premiers contacts avec les propriétaires du centre, il y a quatre ans. Ils souhaitaient rénover surtout le rez et le premier étage, notamment pour mettre fin aux courants d'air, valoriser un certain nombre de surfaces actuellement sous-exploitées, notamment en détruisant les cinémas du sous-sol. Il n'est entré en matière qu'à la condition que demeurent les spécificités qui font de Confédération Centre un lieu ouvert au public et un facteur d'animation du centre-ville: les traboules, les servitudes de passage public, l'escalier roulant à proximité de l'arrêt de tram et bien sûr les cinémas; puisque la Ville a rénové l'Alhambra non loin de là, les privés peuvent en faire autant avec les Rex.

Des visites ont eu lieu, ainsi que des rencontres avec certains des commerçants.

La question de l'agrandissement des magasins a été discutée sur plans, mètre carré par mètre carré, pour préserver au maximum les lieux de passage public. M. Pagani déplore les congés signifiés à tous les commerçants, sans proposer des solutions provisoires de relogement (comme des conteneurs). Pour la Ville au moins, la surface perdue sur les lieux de passage est compensée financièrement, et les copropriétaires concernés ont eux aussi obtenu une compensation.

Suite à une remarque sur les loyers, il indique que certains commerces louent 7000 francs le mètre carré dans les Rues-Basses (comme Visilab il y a quatre ans), voire 100 000 francs par mois dans le cas de la boutique Longchamp. Il insiste sur le fait que les plans d'utilisation du sol (PUS) que le Conseil municipal a bien voulu voter permettent de maintenir des loyers abordables (environ 350 francs le mètre carré) pour les magasins d'alimentation (notamment), dans le centre-ville et sur les grandes artères.

M<sup>me</sup> Fauconnet Falotti présente les détails précis du projet, parcelle par parcelle, avec le plan des servitudes de passage étage par étage (l'étage supérieur étant peu concerné par les travaux), ainsi que les principaux éléments du plan de rénovation (à consulter sur internet pour la version en couleurs des annexes de la proposition).

M. Pagani précise que tous les passages bénéficient d'une servitude qui fait qu'ils relèvent du domaine public. M<sup>me</sup> Fauconnet Falotti poursuit en évoquant les difficultés liées aux différences d'approche entre les experts mandatés: il leur a été demandé de s'associer pour faire une seule proposition aux trois mandants. La convention prévoit que le Crédit Suisse paiera le montant d'indemnisation en une seule fois.

M. Pagani ajoute que deux enseignes (Visilab et la Pharmacie principale) l'ont rencontré pour lui faire part de leur difficulté à traiter avec le Crédit Suisse, qui ne leur propose aucune solution de remplacement pour la durée des travaux. Il estimerait intéressant pour la commission des finances de les auditionner.

Un commissaire demande au magistrat combien de commerces sont touchés et quelles solutions la ville peut mettre en place pour leur permettre de poursuivre leur activité à proximité du centre-ville pendant les travaux d'une part, et pour qu'ils retrouvent leur emplacement dans Confédération Centre à la fin des travaux d'autre part. M. Pagani répond qu'il lui a été garanti que les commerçants seraient traités comme des partenaires, mais qu'il ne dispose pas d'argument juridique à opposer au congé donné par les propriétaires aux locataires sans solution temporaire. Le seul levier dont dispose le Conseil municipal consiste à faire traîner les choses tant que ces problèmes ne sont pas réglés. De son côté, la brasserie Lipp a réussi à négocier rapidement, mais les détails de cet accord lui sont inconnus.

Un commissaire demande comment l'indemnisation a été calculée, et pourquoi elle a été divisée par trois, alors que les servitudes semblent être principalement au bénéfice de la Ville. M<sup>me</sup> Fauconnet Falotti répond qu'il n'y a pas de hiérarchie, pour des raisons historiques, au niveau des servitudes entre la Ville et les copropriétaires: tous bénéficient des mêmes droits et des mêmes capacités de blocage. C'est pourquoi le Crédit Suisse a trouvé un accord sur cette question des servitudes avec la Ville et les PPE Patac et Bémont.

M<sup>me</sup> Fauconnet Falotti explique la méthode de calcul utilisée (voir le consensus des experts en annexe de la proposition): les experts ont retenu le loyer brut moyen capitalisé et divisé par le nombre de mètres carrés, ce qui équivaut à 23 000 francs le mètre carré. Cette valeur a servi de base pour parvenir aux trois millions de francs d'indemnisation, à répartir à part égale entre la Ville et les deux PPE (le Crédit Suisse renonçant logiquement à sa part). La décote de 40% choisie d'un commun accord par les experts est une décote usuelle en lien avec la capitalisation.

Un commissaire s'enquiert de savoir si un notaire validera l'accord. M<sup>me</sup> Fauconnet Falotti confirme qu'une fois les servitudes modifiées, un nouvel acte sera signé, mais le Conseil municipal doit d'abord en valider le principe.

Le même commissaire demande pourquoi la Ville est obligée d'accepter les résultats de ces calculs. M. Pagani répond qu'il n'y a aucune obligation, mais qu'il est préférable de s'en remettre ici à l'opinion des experts. Il rappelle la mauvaise expérience des servitudes de la rue Jean-Jaquet: la Ville avait perdu au tribunal et n'avait rien obtenu.

Une commissaire salue les efforts de M. Pagani pour maintenir des loyers abordables, mais estime qu'il s'agit là d'une opération spéculative, puisque ces loyers monteront certainement. Cette rentabilisation des mètres carrés gagnés pourrait-elle être prise en compte dans le calcul de l'indemnisation? Telle est sa question. M. Pagani rappelle que, dans l'Etat de droit dans lequel nous vivons, les propriétaires aussi ont des droits. C'est pourquoi des experts indépendants ont été mandatés. Lui-même a fait pression au sujet des commerçants. Visilab est parvenu à négocier son retour au sein du centre, dans des conditions qu'il ignore mais dont l'entreprise ne s'est pas plainte, même si elle a fait part de ses craintes quant au retour de sa clientèle (de même que la Pharmacie principale). Il rappelle l'existence des réalités juridiques et des fondements mathématiques des calculs, concrets, raisonnables et raisonnés, réalisés par les experts, aux prix actuels du marché.

Un commissaire demande la durée prévue des travaux: elle est encore inconnue en l'état.

Pour un autre commissaire, si l'ensemble des propriétaires accepte le prix proposé par les experts, cela prouve qu'il s'agit d'un juste prix. Il souhaite cependant savoir si la décote de 40% est liée au fait qu'il s'agit simplement d'un droit de passage. M<sup>me</sup> Fauconnet Falotti confirme: il ne s'agit pas d'une situation de pleine propriété.

Le même commissaire se demande également si la future valorisation du patrimoine immobilier, liée au nouveau modèle comptable harmonisé (MCH2) valorisera aussi le solde du droit de passage. Pour M<sup>me</sup> Fauconnet Falotti, c'est une excellente question, qui concerne les comptes et qu'il faudra donc poser au département des finances et du logement (DFL).

Une commissaire demande pourquoi il n'est pas précisé à l'article 2 de la proposition que le montant prévu devra être versé en une seule fois. M. Pagani propose à la commission des finances d'en faire un amendement.

Par ailleurs, M. Pagani ajoute que le préavis de la Ville sera sollicité quant au changement de typologie des commerces dans le cadre de l'autorisation de construire.

Un commissaire remarque que seule la PPE Patac apparaît dans la proposition, alors que la PPE Bémont est présente dans l'avis des experts. Pour quelle raison? Un autre commissaire explique que cette dernière PPE n'est pas touchée par les modifications des servitudes.

Une commissaire demande si la Ville pourrait racheter les sous-sols du bâtiment et si elle pourrait conditionner la cession partielle des servitudes aux renouvellements des baux des locataires actuels. Pour M. Pagani, ces questions soulèvent deux problématiques juridiques. Il rappelle que dans le cadre des PUS, la brasserie Lipp et les cinémas Pathé doivent conserver leur affectation, mais il n'y a aucune obligation de garantir son local à Visilab selon ces mêmes PUS. De plus, Pathé a préféré conserver le site du centre-ville plutôt que celui de la gare (Rialto). Une synergie semble donc prendre forme pour garantir l'animation de cette zone, sans que la Ville ne doive intervenir. La commissaire en conclut que le Conseil municipal ne peut pas conditionner la cession proposée au maintien des baux. M<sup>me</sup> Charollais ajoute qu'il n'est pas sûr que l'imposition de ce type de condition soit en accord avec la loi sur l'administration des communes (LAC).

La même commissaire demande ce qu'il adviendrait en cas de refus du Conseil municipal. M. Pagani répond que les propriétaires feront valoir leurs droits devant la justice. Il propose que la commission auditionne le Crédit Suisse pour tenter de lui faire comprendre sa position à ce sujet.

### **Séance du 16 mars 2016**

*Audition de M. Jean-Philippe de Toledo, président du conseil d'administration de Pharmacie principale SA, sur sa demande*

M. de Toledo indique parler en son nom, et également au nom de son cousin, M. Daniel Mori, président du conseil d'administration de Visilab SA, absent de Genève ce jour. Il est d'autant plus reconnaissant à la commission d'accepter de le recevoir qu'il est conscient qu'il s'agit d'une affaire privée, mais importante pour la Ville et le Canton.

M. de Toledo a déposé auprès du Grand Conseil en décembre 2012 une pétition intitulée «Pétition contre le projet de rénovation de Confédération Centre» (P 1838), avec les signatures de 70 commerçants. On leur a expliqué que cette pétition aurait dû être déposée au Conseil municipal de la Ville: il a donc préféré attendre que le Conseil municipal soit saisi de la question des servitudes. Sa demande d'audition par la commission découle d'une rencontre avec le magistrat municipal M. Pagani, en décembre 2015. Il dit avoir été surpris, à cette occasion, de la part d'ignorance de la Ville quant aux intentions de la caisse de retraite du Crédit Suisse pour le bâtiment, alors qu'il s'agit de travaux estimés à 70 millions de francs en 2011. Il ajoute que, si les servitudes rapportent actuellement 0 franc,

le changement d'affectation les fera passer à 3000 francs, voire 4000 francs, le mètre carré. A la rue du Rhône, c'est 5000 francs le mètre carré. Avec la hausse des loyers dans les Rues-Basses, les locaux que la librairie Payot louait pour 550 000 francs sont passés à 1,8 millions de francs. En conclusion, M. de Toledo suggère à la Ville de Genève de se doter d'une commission de l'économie, à l'instar de la ville de Lausanne: là-bas, cet organe permet à la municipalité de faire le lien avec les commerçants de la ville.

Un commissaire demande quelles sont les démarches entreprises par les locataires, puisque le bailleur est tenu de les renseigner sur l'affectation des locaux loués. M. de Toledo répond qu'un recours a été déposé par l'entremise de M<sup>e</sup> Christian Ferrazino. La procédure devrait en être au stade de la conciliation, mais en l'absence de projet concret les audiences sont reportées. Sur demande de ce commissaire, M. de Toledo remet à la commission des finances le texte de la pétition.

Une commissaire a pris connaissance de l'audition des pétitionnaires par la Commission des pétitions du Grand Conseil. Sur les quarante signataires qu'elle a relevés, elle souhaite connaître le nombre de commerçants encore actifs sur place. M. de Toledo explique que ce nombre varie, car certaines petites arcades ont été libérées par certains commerçants, puis louées pour quelques mois seulement à d'autres personnes (pour éviter toute installation durable). Initialement, la société Wincasa, mandataire de CSF, avait proposé à la Pharmacie principale (PP) une rocade avec les locaux de l'ancienne bourse de Genève. Par la suite, elle s'est ravisée et a ordonné un départ impératif pendant toute la durée des travaux. Plus tard, l'interlocuteur a changé. M. de Toledo confirme qu'il a bien représenté l'ensemble des signataires lors du dépôt de la pétition, mais il n'a plus repris contact avec eux depuis lors. Face à la commission, il s'exprime seulement au nom des sociétés Pharmacie principale et Visilab.

Une autre commissaire observe que CSF partage la propriété du centre avec les PPE Patac et Bémont: les signataires se sont-ils tournés vers ces dernières pour en savoir plus sur le projet de CSF? M. de Toledo explique que les locaux loués par la PP appartiennent à CSF, dont le mandataire est Wincasa. Pour lui, les deux autres propriétaires n'en savent pas plus que les locataires, mais négocient intensément avec CSF pour préserver leurs propres intérêts.

Pour une commissaire, avoir affaire à une société basée à Zurich ne facilite pas les choses. Elle fait l'analogie avec les employés de banque genevois, dont une série d'activités a été soudain transférée en Suisse alémanique. Zurich est loin des préoccupations genevoises. M. de Toledo partage ce point de vue: les décideurs zurichois s'attendent à ce que les locataires genevois s'exécutent. Il y a encore quelques moyens d'action, mais le dialogue est difficile, voire inexistant. Il avait proposé à CSF, sans l'obtenir, de financer le départ et le retour de son commerce.

Suite à une demande de précision d'un commissaire sur le vocabulaire employé, il indique avoir parlé de caisse de retraite car la CSF en est aussi une. Il lui semble, par ailleurs, que les PPE Patac et Bémont sont propriétaires de certaines arcades, au-dessous de l'ancienne bourse.

Une commissaire s'est renseignée sur le dossier. Elle rapporte que la demande d'autorisation n'a pas encore été déposée parce que ce projet d'embellissement nécessite l'accord de tous les propriétaires, ce qui n'est pas encore acquis. Elle a appris qu'un des propriétaires s'oppose encore au projet pour obtenir une meilleure indemnisation. Pour elle, la Ville devrait faire de même. Elle a aussi appris qu'un autre locataire a obtenu de pouvoir revenir après travaux aux mêmes conditions qu'avant, mais qu'un autre, qui paie actuellement 3400 francs le mètre carré, en paiera 4800 francs à son retour. Elle en déduit qu'il s'agit d'une opération spéculative. M. de Toledo remercie la commissaire de ces informations, dont il n'avait pas connaissance.

Une commissaire commente: chacun négocie donc encore dans son coin.

Une commissaire demande des explications sur les emplois menacés et les possibilités de relocalisation. M. de Toledo répond que la PP a pour l'instant réussi à compenser la baisse du chiffre d'affaires de cette succursale par le déplacement de plusieurs collaborateurs dans d'autres officines. Mais si la PP et Visilab devaient quitter les lieux sans solution de relogement, les 45 autres salariés devraient être licenciés sans possibilité de chômage technique. Certains des commerces disposent d'un réseau de points de vente où ils peuvent replacer certains employés, avec leur accord, à la faveur de départs à la retraite. Par exemple, la PP elle-même a plusieurs succursales à Genève et à Chavannes-de-Bogis. Mais si tout le monde doit partir, cela risque d'être compliqué. La possibilité de rester pendant une partie des travaux, évoquée au début, a disparu par la suite.

Une commissaire demande si, lors du passage au Grand Conseil, les commerçants ont demandé à rencontrer le conseiller d'Etat Pierre Maudet, en charge de l'économie, qui est donc un domaine cantonal. M. de Toledo répond que la Commission des pétitions du Grand Conseil (GC) les a renvoyés à la Ville.

Une commissaire s'étonne du délai de trois ans entre le dépôt au GC et l'arrivée en commission des finances. Et pourquoi la commission des finances, plutôt que la commission des pétitions du Conseil municipal? M. de Toledo explique que lors de l'audition au GC, la discussion a tourné autour des servitudes. C'est ce point-clé qui lui permet aujourd'hui de venir devant une commission municipale.

La même commissaire s'interroge sur les causes de la baisse du chiffre d'affaire (-15% en trois ans) de la PP et de Visilab à Confédération Centre. M. de Toledo évoque des articles de presse qui ont fait croire prématurément à des clients que le centre était déjà fermé, ainsi que le manque d'attractivité

des enseignes précaires dont il a parlé. S’y ajoutent le franc fort, la concurrence française et le commerce en ligne. De son côté, la PP s’en sort mieux que Visilab grâce aux médicaments remboursés car les caisses: ils ne peuvent pas être achetés à l’étranger, d’autant plus que sous un nom identique, les formules peuvent être différentes entre la Suisse et la France. Pour lui, commerçants et élus municipaux devraient travailler ensemble, en suivant l’exemple de Lausanne, pour chercher des solutions et éviter les licenciements: avec les pressions sur les loyers, le seul levier dont disposent les commerçants, c’est les salaires. Ainsi Lausanne dispose d’un City Manager qui a pour rôle de faire le lien entre les acteurs concernés (y compris l’office du tourisme) pour ce qui touche au domaine public: animations commerciales, projets de développement immobilier, par exemple. C’est comme si la Ville de Genève collaborait avec Implenia.

Une commissaire demande des références au sujet de la montée du marché en ligne, vu le retard apparent de la Suisse en la matière. M. de Toledo renvoie à une étude publiée en janvier 2016 par le Crédit Suisse (jointe en annexe). Cependant, bien que les Suisses soient connectés à près de 85%, ils commandent encore peu par internet.

Un commissaire demande de quelle marge disposent encore les locataires après l’accord des experts sur la valeur des servitudes. M. de Toledo dit être conscient que ce n’est pas vraiment le lieu pour en débattre. Il estime toutefois utile de rencontrer les élus municipaux pour attirer leur attention sur une situation qui risque d’avoir des effets négatifs sur les emplois à Genève. Pour lui, le Conseil municipal dispose, avec cette proposition PR-1168, d’un moyen de pression important pour être écouté, sans parler des PUS. En cas de refus de cette proposition au Conseil municipal, il estime que CSF renoncerait à tout et que ce serait un bon résultat.

Un autre commissaire comprend le problème posé, mais juge problématique que la Ville intervienne dans une négociation entre propriétaires privés et empêche ainsi la rénovation. (Une commissaire objecte: c’est d’embellissement qu’il s’agit. Le commissaire réplique que tous les documents parlent de rénovation, y compris la réponse du Conseil d’Etat à la pétition des commerçants: P 1838-B du 10 février 2016). Il poursuit en s’interrogeant sur les moyens pour la Ville d’aider les commerçants tout en respectant les relations entre privés. M. de Toledo reconnaît que la situation est délicate, mais qu’il serait bon de pousser CSF à clarifier ses intentions. Il s’étonne une nouvelle fois de ce que ni le magistrat, ni le Conseil municipal ne connaissent précisément le projet des travaux, alors que les surfaces concernées passeront de 0 franc à 3000 francs le mètre carré de productivité. Le commissaire insiste: refuser la proposition revient à refuser à un propriétaire d’effectuer ses travaux. Pour M. de Toledo, le Conseil municipal est en droit de conditionner l’acceptation de la proposition à la présentation préalable du projet.

Un commissaire souhaite connaître l'état des locaux dans le complexe. Pour M. de Toledo, comme l'inauguration date du milieu des années 80, le bâtiment n'est pas si vieux et les locaux sont encore en relativement bon état. Il subsiste encore les défauts thermiques liés aux courants d'air, mais des demandes de fermeture des accès ont été refusées dans le passé. Avec les nouvelles exigences énergétiques, les travaux de fermeture se justifient maintenant, c'est d'ailleurs l'un des rares aspects connus du projet.

Un commissaire s'interroge sur le lien entre les travaux de rénovation et la résiliation des baux, notamment les délais, ainsi que sur le motif invoqué. M. de Toledo répond que le délai est de six mois avant l'échéance du bail et que le motif invoqué est l'assainissement du bâtiment. A la demande d'un autre commissaire, M. de Toledo fait parvenir à la commission des finances une copie de cette lettre de résiliation (jointe en annexe).

Un commissaire souhaite en savoir plus sur une affirmation de M. de Toledo concernant les médicaments différents d'un pays à l'autre, mais vendus sous le même nom. M. de Toledo en profite pour «faire un sort» au procès de cherté que le conseiller fédéral Alain Berset et Monsieur Prix font aux pharmaciens: ils pourraient acheter dans d'autres pays les mêmes médicaments que ceux vendus en Suisse, mais à un prix inférieur de 80%, pour les vendre 30 à 40% moins cher qu'actuellement. Il mentionne un formulaire pour l'importation parallèle de médicaments en Suisse, émanant de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP), qui conditionne l'entrée de ce type de médicaments au respect des normes suisses pour la production et la distribution. L'enregistrement de ces produits pharmaceutiques coûte ensuite 150 000 francs par article! A ces conditions, il est impossible d'amortir les coûts. Il souligne le rôle de l'industrie pharmaceutique dans ces exigences, en soulignant que de telles pratiques ont lieu aussi pour d'autres marchandises (les automobiles par exemple). Il indique qu'une simple photo, achetée dans une banque d'images depuis l'étranger, lui coûterait 35 francs; la même image lui reviendra à 69 francs s'il l'acquiert depuis la Suisse... C'est ce genre de restrictions à l'importation qui font de la Suisse un îlot de cherté. Pour en revenir à son domaine, M. de Toledo se demande pourquoi un médicament enregistré en France, et qui peut donc être acheté par 380 millions d'Européens, serait mauvais pour 380 000 Genevois.

### *Discussion*

Un commissaire souhaite auditionner l'expert immobilier mandaté par la Ville pour l'estimation de la valeur des surfaces des servitudes, en principe l'une des personnes mentionnées dans l'annexe de la page 6 de la proposition PR-1168, intitulée «Consensus d'experts du 21 octobre 2015».

Une autre commissaire estime que l'audition, la veille, du magistrat Rémy Pagani était complète à cet égard.

La commissaire préopinante remarque que les estimations des compensations se basent sur le prix au mètre carré, et que c'est ainsi que les experts sont parvenus au prix de 1300 francs l'unité de surface. A son avis, ce prix est trop bas, car il est basé sur les loyers actuels plutôt que sur les loyers futurs. On sait pourtant qu'un des commerçants locataires verra son loyer passer de 3400 à 4800 francs le mètre carré.

Un commissaire fait observer que le marché des bureaux et des surfaces commerciales est très volatile. De plus, il est difficile de mesurer correctement la valeur du mètre carré dans un projet qu'on ne connaît pas. Pour lui, le seul levier dont dispose le Conseil municipal est de conditionner le vote de la proposition PR-1168 à la présentation du projet. Par contre, il exclut d'intervenir dans un conflit entre des propriétaires privés. Il explique que bien des propriétaires suisses sortent du marché local à cause de la complexité de la législation, alors que les rendements sont souvent nuls. Ils sont donc remplacés par des fonds de pension étrangers, avec lesquels il est encore plus ardu de discuter. C'est pourquoi il convient d'agir avec précaution. Il fait d'ailleurs observer que les servitudes de Confédération Centre ne valent actuellement rien. Or, la Ville encaisserait ici pour elles un million de francs! S'interroger sur le juste prix d'une servitude serait aller, en l'occurrence, au-delà des compétences du Conseil municipal.

Un commissaire note qu'il est question d'une somme globale, que les parties vont se partager à parts égales. Pour tenir compte d'une éventuelle négociation en marge, il propose de rédiger un amendement à l'article 2 de la proposition PR-1168, demandant que la Ville obtienne au minimum le même montant que les autres propriétaires.

Un commissaire estime qu'il n'y a pas lieu de discuter du montant: il s'agit bel et bien d'une somme globale, répartie en trois parts égales. Quoi qu'il en soit, il faut encore auditionner la société Wincasa.

Un commissaire appelle à la prudence et rappelle le précédent fâcheux vécu en commission, lors duquel une élue avait modifié arbitrairement le montant d'une servitude: l'affaire avait fini au tribunal et le Conseil municipal avait dû débattre de la levée de l'immunité de cette élue. Il suggère de refuser la demande d'audition de l'expert mandaté par la Ville, car dans ce dossier on ne peut aller plus loin que le meilleur prix obtenu par un autre propriétaire.

La commissaire souhaitant l'audition entend cet appel à la prudence et comprend la volatilité du marché. Mais on sait ici que CSF entend valoriser ces surfaces et que les loyers futurs vont donc monter. On peut donc au moins poser la question, par écrit de préférence, de savoir pourquoi les valeurs des servitudes ont été estimées à partir des loyers actuels plutôt qu'à partir des loyers futurs.

Une commissaire se déclare favorable à l'amendement précédemment proposé, s'il permet d'exiger une égalité de traitement et une meilleure indemnité pour la Ville.

La commissaire préopinante fait observer qu'il est possible d'obtenir un accord séparé.

Un commissaire est d'avis que l'expertise indique un prix minimum, mais que rien n'empêcherait CSF de négocier sur d'autres bases. Pour lui, rien ne garantit qu'à la fin les montants indiqués seront attribués à tous les intervenants. Il se demande à son tour : pourquoi ne pas demander une explication à l'expert mandaté par la Ville.

Une commissaire propose finalement de rediscuter de cette demande après l'audition de la société Wincasa.

La commissaire concernée accepte de suspendre momentanément cette demande.

### **Séance du 20 avril 2016**

*Audition de M. Marc Comina, mandataire de Crédit Suisse Fondation de placement (CSF, principal propriétaire de Confédération Centre) et porte-parole du projet de revitalisation du bâtiment, de M. Peter Cloet, responsable de Confédération Centre à Wincasa, et de M<sup>e</sup> Christian Tamisier, avocat du projet, à leur demande (en l'absence de M. Olivier Pittet, architecte chef du projet)*

M. Comina présente d'abord un diaporama du projet «Revitalisation de Confédération Centre» (en annexe, consultable en ligne). Il indique que le nom complet du commanditaire est: Crédit Suisse Fondation de placement Real Estate Switzerland. Contrairement à ce qui a été affirmé dans un article paru le 6 avril dans le quotidien *Le Temps*, CSF n'est pas la caisse de pension du personnel du Crédit Suisse, mais bien une fondation qui regroupe 900 caisses de pension relevant des 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> pilier.

Concernant l'objet dont il est question ici, la demande de permis de construire sera déposée au début du mois de mai prochain (2016), pour une étude initiale entamée en septembre 2010. Les objectifs principaux de ce projet de 60 millions de francs se résument ainsi: moderniser, notamment pour diminuer la consommation énergétique (eau, ventilation, chauffage sont obsolètes, et l'Office cantonal de l'énergie (OCEN) demande leur mise aux normes); sécuriser l'espace disponible et animer le centre; y maintenir des commerces de qualité. Plus en détail: le bâtiment n'a eu droit à aucune rénovation en trente ans d'existence, alors qu'il est usuel dans les galeries commerciales de procéder à de légères modifications tous les dix ans et à des rénovations importantes tous les vingt ans.

Il est donc prévu de mener d'importants travaux dans les sous-sols (35% du total, car il y en a cinq niveaux, parcourus par 22 km de tuyauterie) pour remplacer intégralement les installations techniques, de refaire les galeries commer-

ciales des 1<sup>er</sup> et 2<sup>e</sup> étages, de poser enfin des portes coulissantes aux entrées pour réparer la lourde erreur initiale et améliorer la situation thermique du lieu. Elles permettront, en outre, de fermer le centre toutes les nuits, de 1 h à 6 h. De plus, la marquise située actuellement à la base du 1<sup>er</sup> étage s'élèvera d'un niveau, les escalators seront déplacés, les couloirs élargis et les vitrines améliorées. La demande concernant la modification des servitudes de la Ville est destinée à fluidifier les lignes.

Concernant ce dernier point, enjeu principal de la proposition PR-1168 pour le Conseil municipal, il détaille le calcul de l'indemnisation proposée à la Ville. L'enjeu de ce consensus était d'indemniser non seulement la Ville, mais aussi toutes les parties qui acceptent la modification des servitudes de passage. Le groupe d'experts était constitué de M<sup>me</sup> Denise Dupraz-Rousselet (D&A, architecture et expertises immobilières Sàrl) pour la Ville, de M<sup>me</sup> Alexia Bonnet (Acanthe SA) pour les PPE Patac et Bémont, et de M. Hervé Froidevaux (Wüest & Partners SA) pour CSF. C'est leur consensus du 21 octobre 2015 (rappel: en annexe sur le site) qui prévoit une indemnisation de 23 000 francs/m<sup>2</sup>, pour une surface concernée de 226 m<sup>2</sup>, avec une décote de 40%, soit un peu plus de 3 millions de francs, à répartir à parts égales entre la Ville et les propriétaires du centre. La décote, usuelle en pareil cas, s'explique par le fait que CSF, étant déjà propriétaire, n'a pas à s'indemniser lui-même, ni à racheter son propre bien. (Le montant erroné dans le quotidien précité a d'ailleurs été corrigé dans la version en ligne.)

M. Comina évoque ensuite avec prudence l'état des négociations avec les locataires, en sachant fort bien que cette question revêt une dimension politique, même si elle relève d'abord du droit du bail. Il rappelle que les travaux, vu leur importance, doivent être menés dans une galerie commerciale vide d'occupants. Ce fait est connu depuis 2012. Aujourd'hui (20 avril 2016), des accords ont pu être trouvés avec 38 locataires sur les 42 actuels. Seuls quatre cas restent ouverts, qui représentent environ 20% de la surface du centre. CSF a bon espoir de parvenir à une solution convenable avec eux aussi.

De leur côté, affirme-t-il, les PPE Patac et Bémont ont tenu leur assemblée générale le 22 mars 2016 et ont accepté le projet de rénovation, à l'unanimité dans un cas, avec une seule abstention dans l'autre. Avec une demande d'autorisation de construire déposée début mai, l'accord du Conseil municipal si possible à l'automne 2016 (et selon la survenance d'éventuels recours), ce qui concerne le Registre foncier peut être réglé en 2017, pour des travaux se déroulant de janvier 2018 à décembre 2019.

Prenant alors le relais de la présentation, M. Tamisier explique que, depuis le début du projet, CSF est déterminé à garder les cinémas. Suivant un accord passé avec l'exploitant Pathé, les Rex passeront de trois à cinq salles. Il souligne que cette décision a précédé l'actuel PUS. Pour CSF, il s'agit d'un important effort de

sponsorisation de la culture, car le cinéma est une activité à petites marges financières. Concrètement, CSF prendra à sa charge 5 millions de francs pour réaménager les cinémas et le loyer fixé dans les années 1980 restera inchangé à l'issue des travaux. M. Tamisier souligne de plus que l'entier du 2<sup>e</sup> étage sera dévolu à la restauration; la brasserie Lipp, qui se trouve en fait sur une parcelle appartenant à Bémont (donc de jure hors du périmètre des travaux) va également rester. CSF espère trouver une solution pour que son exploitation perdure autant que possible pendant la plus grande partie des travaux, mais c'est compliqué.

Terminant l'exposé, M. Cloet explique qu'il est chargé de la gestion des actuels baux à Confédération Centre. Il tient à préciser que CSF n'a résilié aucun bail par anticipation. Il s'agit seulement de baux non renouvelés à leur échéance. Avec l'accord de CSF, certains ont pu quitter le centre avant même l'échéance de leur bail, en raison de la conjoncture difficile pour le commerce de détail.

A la question d'un commissaire sur les dossiers encore en suspens, M. Tamisier rappelle que CSF a passé des accords individuels avec 38 des 42 locataires, ce qui est une preuve de leur bonne volonté. Sur les quatre derniers cas, deux sont en voie de résolution. Les deux derniers sont plus complexes. Deux locataires ont recouru au Tribunal administratif fédéral, mais à son avis ils n'ont aucune chance qu'on leur donne raison. Il explique que CSF a privilégié le dialogue avec les locataires. Il ajoute que les travaux doivent être menés, vu qu'un tiers des 60 millions est consacré aux travaux techniques de remise aux normes d'installations obsolètes. Les propriétaires ont d'ailleurs reçu des mises en demeure de l'OCEN concernant la mise à niveau des installations thermiques. Revenant sur les propos de M. Cloet, M. Tamisier rappelle que certains locataires ont choisi eux-mêmes de partir en 2016 déjà, alors que leur bail courait jusqu'en 2017. A son avis, il ne faut pas faire porter aux travaux le chapeau de la baisse du chiffre d'affaires. Au Bongénie aussi, les commerçants souffrent.

Un commissaire comprend la nécessité des travaux de rénovation, mais, explique-t-il, la commission a reçu en audition un commerçant représentant deux enseignes importantes (peut-être un de ceux sans accord conclu). Il prend note de l'absence de résiliation anticipée, mais relève que ce commerçant a expliqué à la commission des finances que les locataires n'avaient pas pu prendre connaissance du projet, pendant un certain temps du moins. Il demande si les travaux pourraient être organisés par secteur, de manière à pouvoir envisager des rocadés. Quelles sont les possibilités de maintenir les commerçants en place pendant le déroulement du chantier? M. Comina répond que l'auditionné est peut-être un des locataires au dossier encore ouvert, mais il précise qu'il n'y a pas à Confédération Centre d'association des commerçants locataires, donc pas de dialogue collectif possible: CSF a négocié en bilatéral avec chacun d'entre eux. Il ajoute qu'il n'est pas possible de réaliser les travaux avec des locataires encore en place. Il doute que des clients entrent acheter un bouquet de fleurs ou une boîte d'aspi-

rine dans un bâtiment en chantier. Il fait observer que le propriétaire, en période de travaux, se prive lui-même du revenu fourni par les loyers. En ce qui concerne les résiliations de bail, MM. Comina, Cloet et Tamisier tiennent à éviter tout malentendu: ils répètent que les baux résiliés concernent tous des contrats arrivés à échéance, qui n'ont simplement pas été renouvelés par CSF. M. Comina tient à rappeler que certains commerçants ont souhaité pouvoir interrompre leurs baux avant l'échéance et il estime que CSF a fait un geste en leur faveur en ne s'opposant pas à ces demandes.

Le commissaire reprend: CSF ne cherche donc pas de solution pour les locataires qui auraient souhaité rester. Il pense notamment à des enseignes présentes au centre-ville depuis un siècle. M. Tamisier tient à préciser que les travaux prévus sont de même nature que les gros chantiers qui ont été menés ces dernières années dans le quartier. Confédération Centre va être éventré. Aucun de ces chantiers n'a pu être réalisé avec des commerçants sur place. M. Tamisier tient à redire qu'il n'y a pas de porte-parole des commerçants du centre et que CSF s'est efforcé de dialoguer avec chacun: le Tribunal fédéral lui a donné raison sur la méthode. Aucun accord n'a permis à un locataire de rester sur place. Il évoque le cas particulier d'un seul locataire, dont le bail courait jusqu'en 2025: ayant compris que le chantier ne serait qu'un vaste trou invivable, il a accepté de partir. En échange, CSF l'a autorisé à revenir à la fin des travaux. Au sujet du commerçant auquel faisait allusion le commissaire, M. Tamisier fait observer qu'il s'agit probablement de celui qui dispose de plusieurs points de vente à Genève, et qu'on ne peut raisonnablement le comparer à un petit commerçant qui risque de tout perdre.

Une commissaire dit son souci de préserver la vie et l'animation au centre-ville, surtout dans un contexte de conjoncture défavorable où certains commerces ont de la peine à payer leur loyer. Elle souhaiterait donc savoir quelle destination CSF réserve aux locaux rénovés et combien d'actuels locataires pourraient revenir sur place aux conditions de bail actuelles. M. Cloet répond que, pour l'heure, CSF s'est engagé avec le cinéma au sous-sol et avec Lipp au 2<sup>e</sup> niveau, qui retrouveront les mêmes loyers que dans les années 1980. Le mélange des locataires dans les niveaux intermédiaires est encore à l'étude. La première condition est d'assurer une certaine cohésion entre les enseignes. Pour sa part, il relève que l'expérience passée de Confédération Centre lui a appris qu'il ne faut pas en faire un temple du luxe. A sa connaissance, personne n'aspire à installer une enseigne luxueuse à cet endroit: les marques concernées visent plutôt la rue du Rhône; et encore: la stagnation des prix des surfaces le laisse songeur. M. Cloet dit ne pas compter sur les loyers pour amortir des travaux d'ordre technique, qu'il faut faire de toute manière puisqu'ils sont imposés par l'OCEN. Pour autant il ne souhaite pas spéculer sur les prix futurs. Les loyers seront fixés le moment venu d'après les moyennes du marché à ce moment. M. Tamisier tient à attirer l'attention de

la commission sur le fait que CSF est une fondation de placement, qui n'a pas vocation à une rentabilité immédiate mais travaille sur le long terme. Pour lui, les variations de loyer seront raisonnables: le seul accord conclu jusqu'à présent sur un loyer après travaux affiche une variation de 10%. M. Tamisier rappelle les particularités de ce projet, qui le rendent particulièrement complexe. Contrairement au bâtiment de la rue du Rhône dont l'UBS est l'unique propriétaire, Confédération Centre réunit trois copropriétaires qui doivent donc s'entendre sur les travaux et sur les servitudes de passage. Dans ces conditions, organiser le mélange des locataires prend forcément plus de temps qu'ailleurs. Les spécialistes qui travaillent actuellement sur ce point semblent confirmer que le lieu intéresse plutôt des candidats à de petites surfaces que des enseignes de luxe.

La commissaire reprend la parole et évoque le cas d'un locataire auquel aurait été proposé une solution de relogement, mais avec un loyer passant de 3400 à 4800 francs le mètre carré. M. Tamisier ne se reconnaît pas dans cette hausse, car sur les 400 m<sup>2</sup> de CSF, aucune surface n'atteint ce prix; il rappelle que CSF n'est pas l'unique propriétaire et ne paie pas seul la facture globale de 60 millions de travaux. La commissaire souhaiterait connaître les extrêmes de la fourchette des prix des loyers futurs; elle souhaite savoir comment les experts mandatés par les parties ont pu s'entendre sur une décote de 40% et une valeur de 1300 francs le mètre carré, sans lien avec la réalité du marché dans ce secteur de la Ville, où elle s'attend plutôt à des prix de 5000 francs. M. Comina répond que, d'après les experts de Wüest & Partners, la valeur varie entre 800 francs et 1200 francs le mètre carré au rez-de-chaussée et entre 300 et 600 francs aux étages. Les prix avancés par la commissaire peuvent exister ponctuellement, uniquement pour les cinq ou six boutiques qui donnent sur la rue de la Confédération. Il rappelle que Patac est propriétaire de certaines surfaces à cet endroit, plus proche de la place de Bel-Air, mais ce n'est pas représentatif. La commissaire demande s'il y a bien accord de tous les partenaires sur les travaux: M. Tamisier répond par l'affirmative et tient à souligner l'indépendance du travail des experts. Après avoir fait leurs propres estimations séparément, ils se sont réunis au DCA, où la codirectrice, M<sup>me</sup> Isabelle Charollais, leur a demandé de s'entendre sur un prix commun. M. Comina précise que l'expert de la Ville était arrivé à un montant équivalent à la moitié du prix négocié. M. Tamisier explique à la commissaire que la raison de la décote de 40% est le fait que CSF a déjà acheté et payé en 2005 les surfaces en jeu ici et que cette décote leur permet de ne pas payer une deuxième fois. CSF n'a fait qu'accepter le consensus des experts.

Un commissaire souhaiterait savoir comment les représentants de CSF interprètent le fait qu'une pétition des commerçants ait été adressée au Grand Conseil. M. Comina répond d'abord que cet épisode est clos depuis la réponse du Conseil d'État de février 2016. Il explique ensuite qu'en 2012, par obligation légale, des lettres ont été envoyées qui annonçaient aux locataires que leurs baux ne seraient

pas renouvelés. Le sentiment initial d'insécurité s'explique ainsi, selon lui. Il n'était pas possible de rencontrer les locataires avant. L'incertitude a aussi été alimentée par quelques locataires plus actifs, mais ça s'est apaisé par la suite grâce aux contacts pris ultérieurement avec chacun des locataires.

Le même commissaire s'interroge sur l'existence de servitudes liées aux sous-sols. Non, répond M. Comina, qui rappelle que 35% des travaux s'y dérouleront, dans les cinq niveaux de sous-sols parcourus par 22 km de tuyauterie.

Ce commissaire fait observer que le locataire reçu en commission des finances occupe une surface relativement grande pour un nombre non négligeable de places de travail. Ne peut-on pas lui proposer une solution provisoire? M. Tamisier s'étonne que la discussion devant porter sur les servitudes dérive sur le sort d'un seul locataire. Il ajoute que des discussions sont toujours en cours, mais qu'il n'est pas simple de traiter d'un cas particulier. M. Cloet ajoute qu'il n'est pas évident de proposer un lieu de repli à une enseigne qui a plusieurs succursales proches du centre-ville. M. Comina se demande pourquoi un seul locataire devrait bénéficier d'un traitement de faveur. Concernant les emplois, il note qu'aujourd'hui Confédération Centre est moins fréquenté qu'autrefois. Les travaux ont aussi pour but d'offrir plus d'opportunités d'activités et donc plus de places de travail qu'avant. M. Tamisier ajoute qu'en plus des places de travail supplémentaires après travaux, le projet et le chantier eux-mêmes donnent aussi du travail. Le commissaire constate toutefois que si quelques dizaines de personnes doivent s'inscrire au chômage suite à la fermeture d'un commerce, le coût pour la collectivité serait sûrement supérieur à l'indemnité de 1 million. M. Comina rétorque que Genève a un taux de chômage de 5% et qu'il n'est pas réaliste de prévoir des durées de deux ans sans travail pour ces personnes. M. Tamisier tient à souligner qu'aucune des arcades vides de Confédération Centre ne résulte d'une action quelconque de CSF. Comme déjà dit, certains locataires sont partis avant l'échéance de leur bail pour des raisons économiques.

Une commissaire postule que, si le bâtiment de Confédération Centre n'était pas rentable, alors CSF essaierait de le vendre. Elle demande donc pourquoi CSF préfère y réaliser des travaux. S'agissant des servitudes, elle s'inquiète de la fermeture des accès et aimerait savoir si le passage continuera d'être garanti. Au sujet des normes énergétiques de l'OCEN, elle demande si l'immeuble répondra aux standards Minergie et si des subventions peuvent être obtenues pour ces travaux. Elle demande aussi pourquoi les étages des logements ne profiteraient pas aussi des rénovations. Enfin, elle suggère de reloger dans des conteneurs certaines activités de Confédération Centre. M. Comina répond, concernant la vente éventuelle, que CSF n'a pas vocation à vendre son patrimoine: en tant que fondation de placement, elle achète puis gère ses immeubles. S'agissant des servitudes, M. Tamisier précise que ces servitudes demeureront en tant que telles, même si leur tracé est légèrement modifié: il s'agit de servitudes de droit public ainsi

inscrites au Registre foncier, sans aucun risque pour la Ville. Quant à la fermeture nocturne des accès, il s'agit d'une mesure de sécurité, mais les traboules de ce secteur de la Ville resteront accessibles. Au sujet des standards énergétiques, M. Comina répond qu'il n'est pas possible, avec des immeubles des années 1980, de prétendre au standard Minergie. Par contre, le complexe devrait participer à Genilac. M. Cloet explique en outre que la partie technique des travaux bénéficierait aussi aux logements des étages. Il rappelle toutefois que CSF n'est pas propriétaire des appartements. Par contre, dans le cadre de ce projet, on essaye de convaincre les deux autres propriétaires de profiter du chantier pour rénover les colonnes de chute. S'agissant des conteneurs, M. Comina s'étonne à nouveau que l'on se préoccupe autant d'un seul commerçant qui, loin d'être un petit détaillant, est l'une des plus grandes fortunes genevoises. Il comprendrait davantage si l'on se préoccupait des petits commerçants, avec lesquels CSF a pourtant réussi à trouver des arrangements.

La même commissaire pose encore deux questions: comment CSF règle-t-elle la problématique des locataires sous d'autres juridictions que la juridiction genevoise? Quelles seraient les incidences sur le projet d'un éventuel refus de cette proposition PR-1168 par le Conseil municipal? M. Comina répond en se référant aux caractéristiques détaillées par M. Tamisier, qui rendent la gestion du projet complexe. Sur le principe, CSF a pour philosophie, en toute circonstance, de privilégier les solutions hors tribunaux. M. Tamisier fait observer qu'à Zurich, où se trouve le siège de CSF, le dossier de Confédération Centre fait figure de Genferai. Il précise qu'à Zurich il n'y a ni PUS, ni LDTR. Répondant à la deuxième question, M. Comina explique qu'un refus de la proposition PR-1168 face au Conseil municipal retarderait le projet de deux ans, le temps nécessaire pour en modifier les plans en excluant toute modification des servitudes. Bien entendu, il en découlerait que la Ville y perdrait 1 million de francs et que CSF économiserait 3 millions. La partie technique des travaux devrait être faite quoi qu'il arrive. D'un point de vue thermique, les locataires devraient probablement continuer à s'acquitter de lourdes charges. Pour conclure, M. Comina indique que personne n'a demandé à être relogé dans des conteneurs et que les rues voisines manquent de place pour ce type d'installation.

Une commissaire demande des informations sur la nature des travaux demandés par l'OCEN. M. Tamisier explique que cet office exige le remplacement de l'actuelle chaudière. Cette demande est indépendante du reste du projet. La commissaire est interpellée par le terme de «revitalisation». M. Tamisier explique que c'est en effet le terme utilisé par CSF et qu'il signifie bien «rénovation». Il ne s'agit pas d'un simple embellissement, mais de véritables interventions qui visent à un nécessaire alignement sur les normes. La commissaire demande: pourquoi la requête en autorisation de construire n'a-t-elle pas encore été déposée? Faut-il que les trois copropriétaires donnent leur accord? Effectivement, répond M. Comina, il faut qu'ils en acceptent tous le principe, ce qui a été fait, rappelle-t-il, lors de leurs

assemblée générale du 22 mars comme déjà indiqué: la requête sera bientôt déposée. La commissaire réplique que lors de travaux de rénovation, on peut se passer de l'accord des partenaires. M. Tamisier reprend: les trois entités, Patac, Bémont et CSF sont liées juridiquement. Certes, CSF a pris l'initiative du projet, mais la maîtrise d'ouvrage est assumée par les trois copropriétaires, dont les administrateurs doivent signer ensemble les pages de l'autorisation de construire. Sur l'insistance de la commissaire, M. Tamisier ajoute que ce n'est ni la nature du projet, ni les caractéristiques techniques de la rénovation, mais bien la volonté d'aboutir ensemble, et donc les discussions entre copropriétaires, qui ont pris du temps.

Une commissaire demande s'il y aura du solaire en toiture. Non, répondent MM. Cloet et Tamisier, qui rappellent être en discussion avec les Services industriels de Genève (SIG) pour connecter Confédération Centre à Genilac. M. Comina ajoute que les changements des vitrages donnant sur la rue de la Confédération se justifient aussi pour des raisons thermiques. M. Tamisier en profite pour préciser que l'accès aux arcades se fera depuis l'intérieur du complexe, et non plus par des entrées indépendantes extérieures.

La même commissaire demande si l'accès à Lipp sera garanti jusqu'à tard le soir, malgré la fermeture à 1 h. M. Comina répond que Lipp dispose de sa propre entrée.

### *Discussion et votes*

Un commissaire du Parti démocrate-chrétien rappelle à la commission l'audition du commerçant demandant une solution provisoire, laquelle demande n'a pas trouvé de réponse auprès des maîtres d'ouvrage. Il propose de demander au magistrat Rémy Pagani d'organiser une médiation entre les acteurs de ce dossier pour trouver une solution, au motif que les enseignes concernées occupent 20% de la surface de Confédération Centre.

Un commissaire du Parti libéral-radical fait observer que le magistrat a déjà promis de faire tout son possible: il propose donc de voter la proposition PR-1168 ce soir même.

Une commissaire d'Ensemble à gauche déclare que les commissaires de son parti restent sur leur faim: trop de questions restent en suspens, notamment celle des loyers après travaux. Aux propos rassurants des propriétaires s'oppose le recours d'un commerçant auquel on propose d'élever son loyer de 3400 à 4800 francs le mètre carré. Cette question est liée à celle de l'avenir du centre-ville, qui doit préoccuper l'ensemble du Conseil municipal: elle propose donc d'auditionner l'expert de la Ville, ou alors de demander une nouvelle expertise sur la valeur du mètre carré des parcelles. Elle est d'avis qu'on peut être dubitatif sur les loyers que les propriétaires assurent vouloir pratiquer.

Une commissaire Verte comprend, en premier lieu, que l'ampleur des travaux justifie que le centre soit vidé de ses locataires. En second lieu, s'agissant de la valeur des parcelles, elle ne voit pas pourquoi il faudrait suivre le groupe Ensemble à gauche plutôt que les experts (et le Conseil administratif). Elle se demande s'il est justifié que la commission des finances remette en question la négociation pour demander plus. Elle est d'accord de voter la proposition PR-1168 ce soir même.

Un commissaire du Mouvement citoyens genevois estime que la commission a fait l'effort de recevoir le propriétaire de la Pharmacie principale, dont il fait remarquer le nombre de succursales en Ville. Il constate que trois experts indépendants se sont entendus sur les montants des indemnités. Il est d'avis qu'il faut profiter de la chance qui permet à la Ville de recevoir de l'argent dans un contexte de basse conjoncture. Il est favorable au vote immédiat de la proposition.

Un autre commissaire du Parti libéral-radical exprime lui aussi son avis de voter la proposition ce soir. Selon lui, il ne convient pas à la commission de s'improviser experts à la place des experts. Il rappelle une nouvelle fois l'épisode fâcheux de la commissaire aux finances sur l'immunité de laquelle il avait fallu voter, car un tribunal voulait savoir pourquoi la commission avait remis en question un prix négocié. Il fait confiance à M. Pagani sur le respect des PUS et préférerait qu'on évite de mettre des bâtons dans les roues d'une transaction d'ordre privé. Il est d'avis qu'à Genève il est déjà assez difficile pour un propriétaire d'avoir des liens raisonnables avec ses locataires. Si, en plus, une commission municipale remet en question le travail des experts, cela va devenir nocif.

Le troisième commissaire du Parti libéral-radical ajoute que, dans ce dossier, il y a un acteur qui paie et trois acteurs qui reçoivent. Il constate que les privés sont satisfaits de l'indemnité négociée: c'est à son avis une garantie que le prix est juste.

Un commissaire du Parti socialiste déclare que les commissaires de son parti sont convaincus de la nécessité des travaux. Tous apprécient la préservation des salles de cinéma et le développement des possibilités de restauration au 2<sup>e</sup> étage. Le Parti socialiste estime aussi que l'indemnité de 1 million de francs n'est pas négligeable, ce d'autant que sans l'accord du Conseil municipal, les propriétaires se rabattraient sur un projet qui ne touche pas aux servitudes. Les socialistes font confiance au magistrat Rémy Pagani sur ce dossier, ainsi qu'à la fondation de placement. Il déclare que les socialistes voteront favorablement la proposition PR-1168.

La préopinante d'Ensemble à gauche fait à nouveau part de son inquiétude pour le destin de ce bout de ville qu'est Confédération Centre. A son avis, il s'agit clairement d'un projet qui vise à la revalorisation du bâtiment et elle ne voit pas comment on pourrait y faire autre chose que du luxe. Elle relève le souci exprimé par le commissaire du Parti démocrate-chrétien pour le commerce de proximité.

Un commissaire du Parti libéral-radical indique qu'il ne faut pas confondre Credit Suisse Fondation de placement et la banque Credit suisse. Il ne faudrait d'ailleurs pas exclure que la caisse de pension du personnel de la Ville, CAP Prévoyance, en soit également une des bénéficiaires. Concernant le commerce de luxe, il observe que le premier client du bâtiment UBS (en face de Confédération Centre) est la librairie Payot, qui n'appartient pas à ce secteur. De plus, la seule arcade du complexe UBS non encore louée est précisément celle qui donne sur la rue du Rhône.

Le président soumet à la commission le report du vote avec demande de médiation de M. Pagani. La demande de report du vote avec médiation du magistrat est refusée par 9 non (1 UDC, 2 MCG, 3 LR, 1 Ve, 2 S) contre 4 oui (2 EàG, 2 DC) et 1 abstention (S).

Le président soumet à la commission la demande d'audition supplémentaire de l'expert de la Ville, qui est refusée par 10 non (3 S, 1 Ve, 1 DC, 3 LR, 2 MCG) contre 4 oui (2 EàG, 1 UDC, 1 DC).

Le président soumet à l'approbation de la commission des finances la proposition PR-1168, qui est approuvée à la majorité, soit par 11 oui (3 S, 1 Ve, 1 DC, 3 LR, 2 MCG, 1 UDC) contre 1 non (EàG) et 2 abstentions (EàG, DC).

### *PROJET DE DÉLIBÉRATION*

LE CONSEIL MUNICIPAL,

vu l'article 30, alinéa 1, lettre k), de la loi sur l'administration des communes du 13 avril 1984;

vu l'accord de principe intervenu entre le Conseil administratif et Crédit Suisse Fondation de placement et les PPE Patac et Bémont aux termes duquel la servitude de passage public à pied au profit de la Ville de Genève grevant les parcelles N<sup>os</sup> 6971 et 6993 de Genève-Cité sises rue de la Confédération 6, 8 et 10, propriétés de la PPE Patac et de Crédit Suisse Fondation de placement, sera modifiée moyennant le versement d'une compensation financière de 1 038 956 francs;

sur proposition du Conseil administratif,

*décide:*

*Article premier.* – Le Conseil municipal autorise le Conseil administratif à modifier la servitude de passage public à pied inscrite au Registre foncier le 17 novembre 1987 sous D356 au profit de la Ville de Genève et grevant les par-

celles N<sup>os</sup> 6971 et 6993 de Genève-Cité sises rue de la Confédération 6, 8 et 10, propriétés de la PPE Patac et de Crédit Suisse Fondation de placement.

*Art. 2.* – Le Conseil municipal accepte en échange de la modification de ladite servitude de recevoir le versement d'une compensation financière de 1 038 956 francs.

*Art. 3.* – La compensation financière figurant à l'article 2 sera comptabilisée dans le compte 436300 «Dédommagements et remboursements divers» sous l'Unité opérations foncières.

*Art. 4.* – Le Conseil administratif est chargé de signer tous les actes authentiques relatifs à cette opération.

*Art. 5.* – Le Conseil municipal autorise le Conseil administratif à constituer, modifier, radier, épurer toutes servitudes à charge et au profit des parcelles susmentionnées en vue de la réalisation du projet de rénovation.

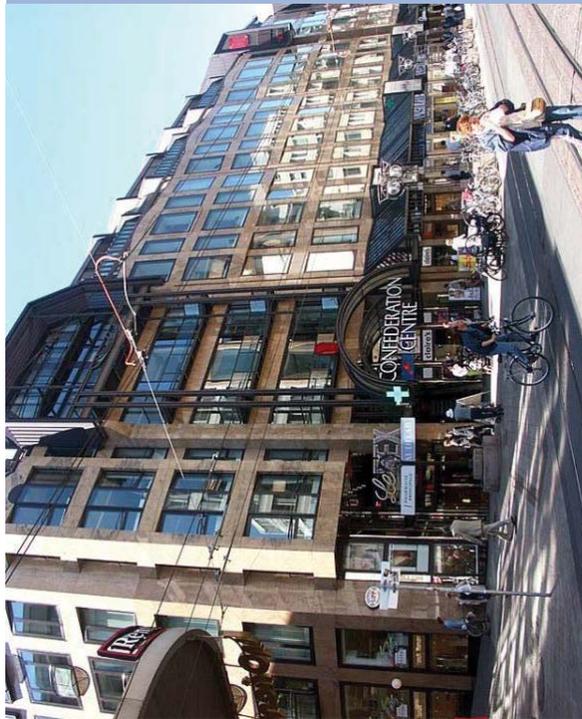
*Annexes:*

- présentation par le DCA du 15 mars 2016
- version couleurs des plans joints à la proposition PR-1168
- plan du site à l'échelle 1:2500
- plan du site à l'échelle 1:500
- avis de résiliation du bail de la Pharmacie Principale (PP)
- pétition contre le projet de Confédération Centre
- Crédit Suisse Retail Outlook 2016 «Quelle est la part suisse dans le commerce de détail helvétique?»
- présentation par CSF du projet, le 20 avril 2016
- liste PPE

## Confédération Centre, modification d'une servitude

[www.ville-geneve.ch](http://www.ville-geneve.ch)

PR-1168



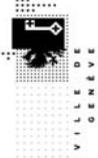
PR-1168

Projet de rénovation de  
Confédération Centre mené  
par Crédit Suisse Fondation  
de placement

Le projet prévoit une  
modification de l'assiette  
d'une servitude de passage  
public au profit de la Ville de  
Genève et d'autres  
bénéficiaires

COMMISSION DES FINANCES

le 15 mars 2016

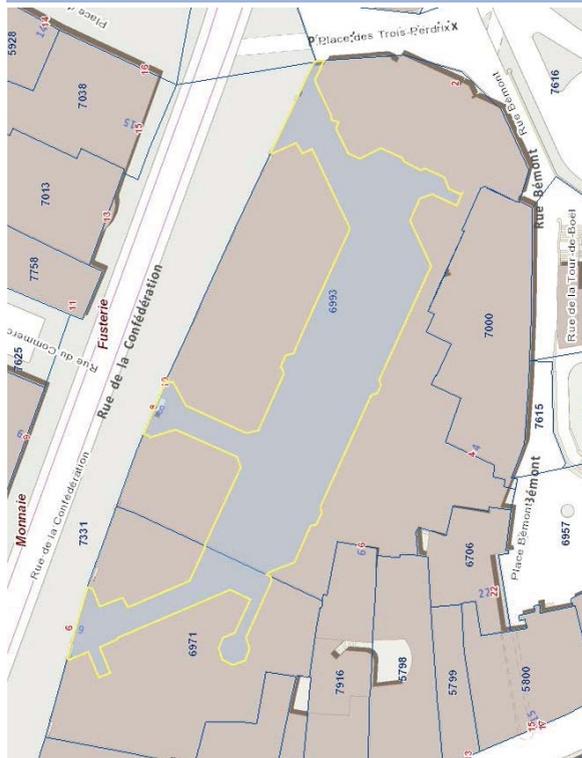


**CONTEXTE**



- Bâtiment construit à la fin des années 80
- Sis sur les parcelles N<sup>os</sup> 6971 et 6993 de Genève-Cité
- Acte définitif de constitution de la servitude de passage public à travers le Centre commercial a été signé entre les parties en 1987
- Volonté pour la Ville de garantir la perméabilité du Centre et maintenir les flux piétonniers entre la rue de la Cité, la rue du Marché et la rue de la Confédération

### SERVITUDE DE PASSAGE PUBLIC ET D'ACCES AUX PPE (SITUATION EXISTANTE)

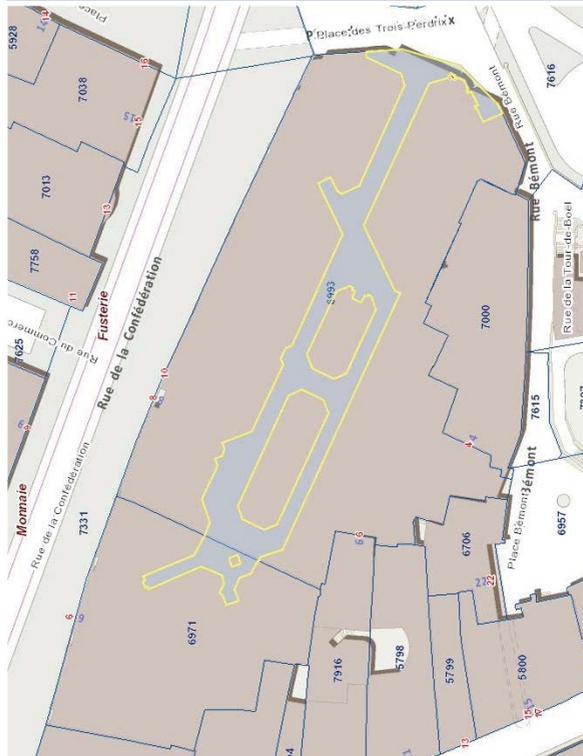


#### Rez-de-chaussée

#### Plan de l'assiette

- Grève les parcelles N<sup>os</sup> 6971 et 6993 de Genève-Cité
- En faveur de la Ville de Genève et des parcelles N<sup>os</sup> 6971, 6993, 7000

## SERVITUDE DE PASSAGE PUBLIC ET D'ACCES AUX PPE (SITUATION EXISTANTE)

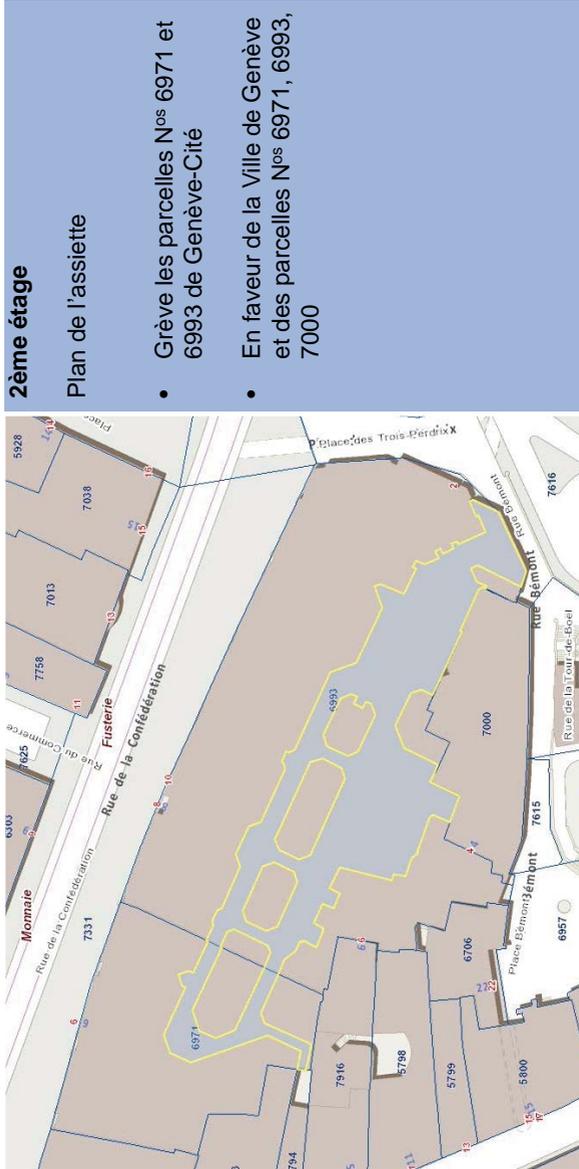


### 1er étage

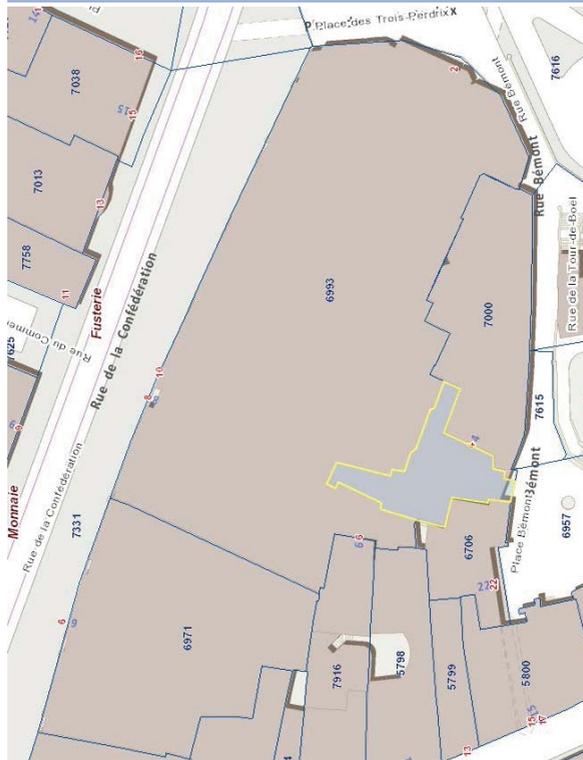
#### Plan de l'assiette

- Grève les parcelles N<sup>os</sup> 6971 et 6993 de Genève-Cité
- En faveur de la Ville de Genève et des parcelles N<sup>os</sup> 6971, 6993, 7000

## SERVITUDE DE PASSAGE PUBLIC ET D'ACCES AUX PPE (SITUATION EXISTANTE)



## SERVITUDE DE PASSAGE PUBLIC ET D'ACCES AUX PPE (SITUATION EXISTANTE)

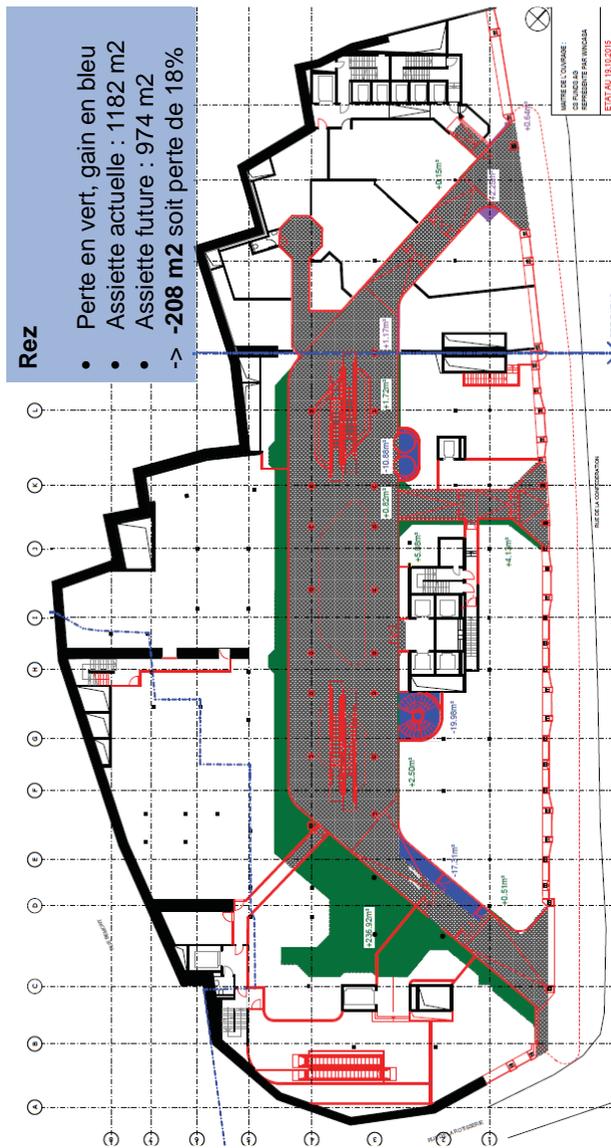


### 3ème étage

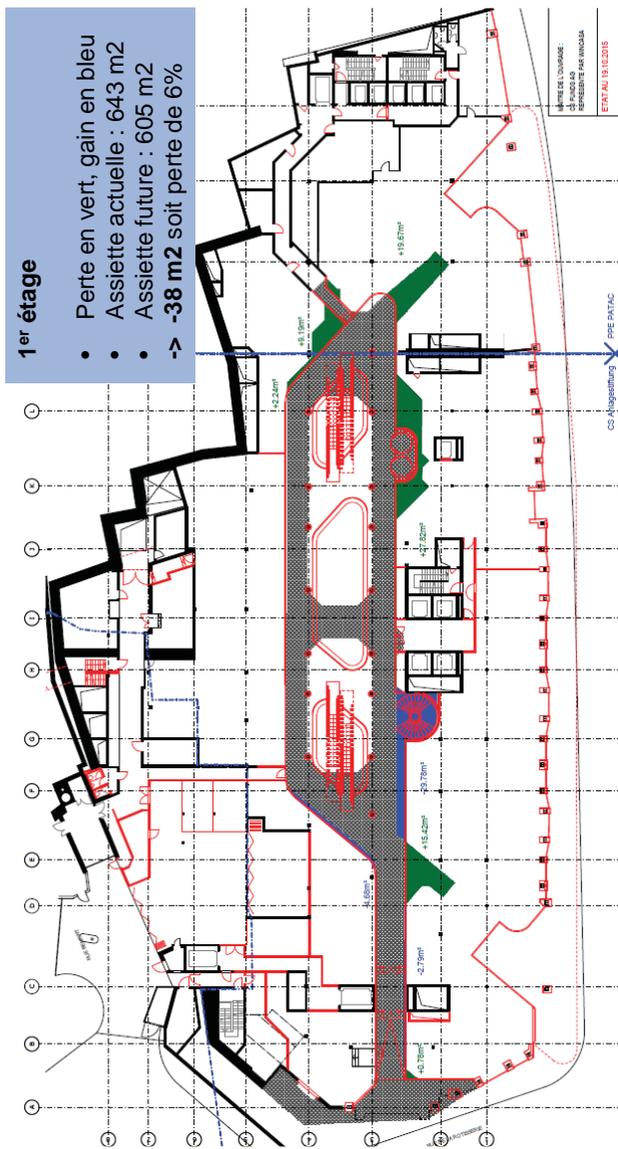
#### Plan de l'assiette

- Grève les parcelles N<sup>os</sup> 6971 et 6993 de Genève-Cité
- En faveur de la Ville de Genève et des parcelles N<sup>os</sup> 6971, 6993, 7000

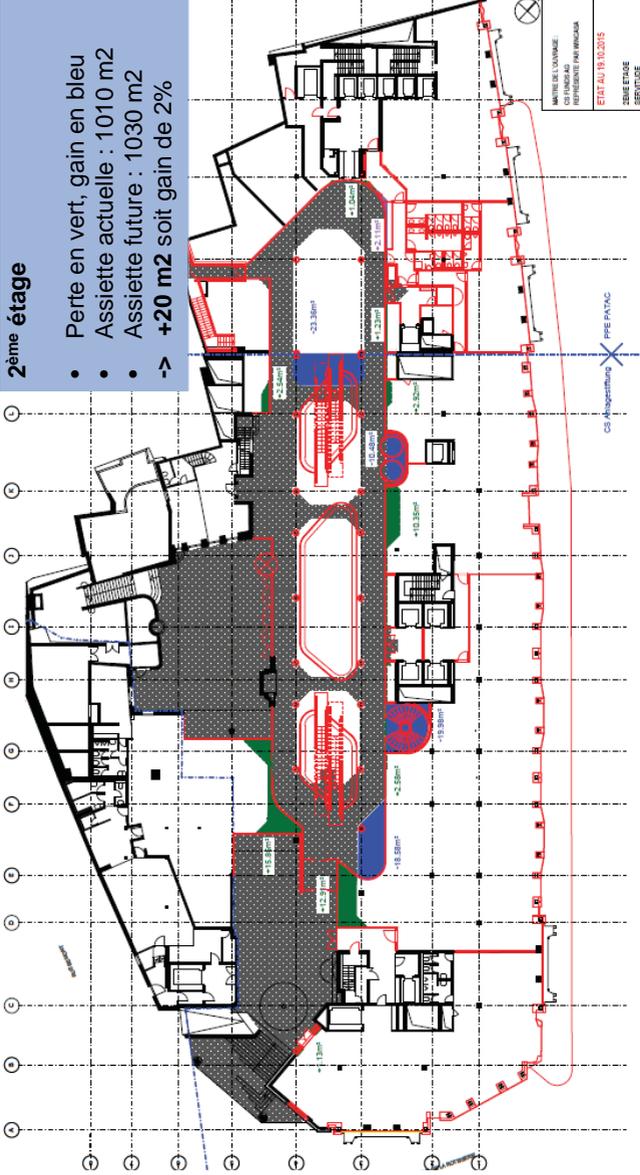
## SERVITUDE DE PASSAGE FUTURE, SELON PROJET DE RENOVATION



## SERVITUDE DE PASSAGE FUTURE, SELON PROJET DE RENOVATION



SERVITUDE DE PASSAGE FUTURE, SELON PROJET DE RENOVATION



### SERVITUDE DE PASSAGE FUTURE, SELON PROJET DE RENOVATION

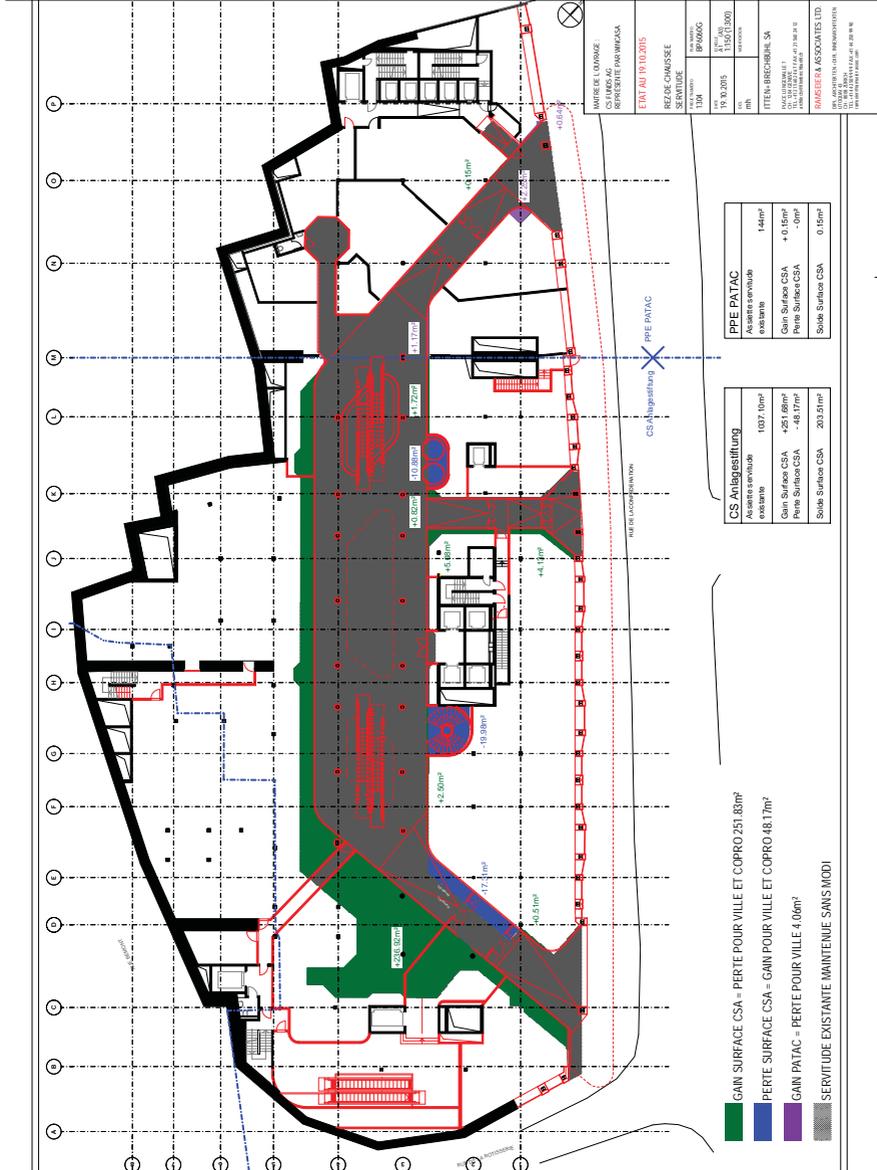
Assiette (m2)	Existant	Projet	Solde
Rez	1182	974	- 208
1 <sup>er</sup> étage	643	605	- 38
2 <sup>ème</sup> étage	1010	1030	+20
<b>Total</b>			<b>- 226</b>

## COMPENSATION FINANCIERE

- Le Crédit Suisse a contacté la Ville de Genève pour présenter son projet et vérifier s'il était possible de modifier la servitude.
- Le CA est entré en matière à condition que toutes les circulations piétonnes soient maintenues et sous réserve de l'accord du CM.
- Il a été convenu que le porteur principal du projet, à savoir CSF, indemnise les bénéficiaires de la servitude.
- La valeur de cette indemnisation doit correspondre à une valeur de rachat des mètres carrés concernés par la modification de la servitude.

## COMPENSATION FINANCIERE

- Les parties se sont référées à l'avis d'experts pour déterminer le prix au mètre carré et la clé de répartition du montant total de l'indemnisation.
- Valeur de la contrepartie financière :
  - Les experts se sont accordés sur une valeur d'indemnisation de 3'116'868 fr.
  - Ce montant est réparti à parts égales aux 3 bénéficiaires.
- Ainsi, sur la base des plans remis par les architectes et selon les éléments de calcul fournis par les experts, l'indemnisation qui reviendra à la Ville de Genève s'élève à **1'038'956 francs**.



PROJET DE LOUVRAGE :  
 CS 1 FMS AG  
 REPRISE DE PAVILLOSA  
 19 X 2015  
 E.M. AU 19.10.2015

PROJET DE CHANGEMENT  
 DE SERVICE  
 19 X 2015

DE VILLE  
 BRUNOAG

PROJET  
 19 X 2015

ITEM-BRECHBIK SA  
 19 X 2015

PROJETANT ET  
 ENTREPRENEUR  
 19 X 2015

RAMBAE & ASSOCIATES LTD  
 19 X 2015

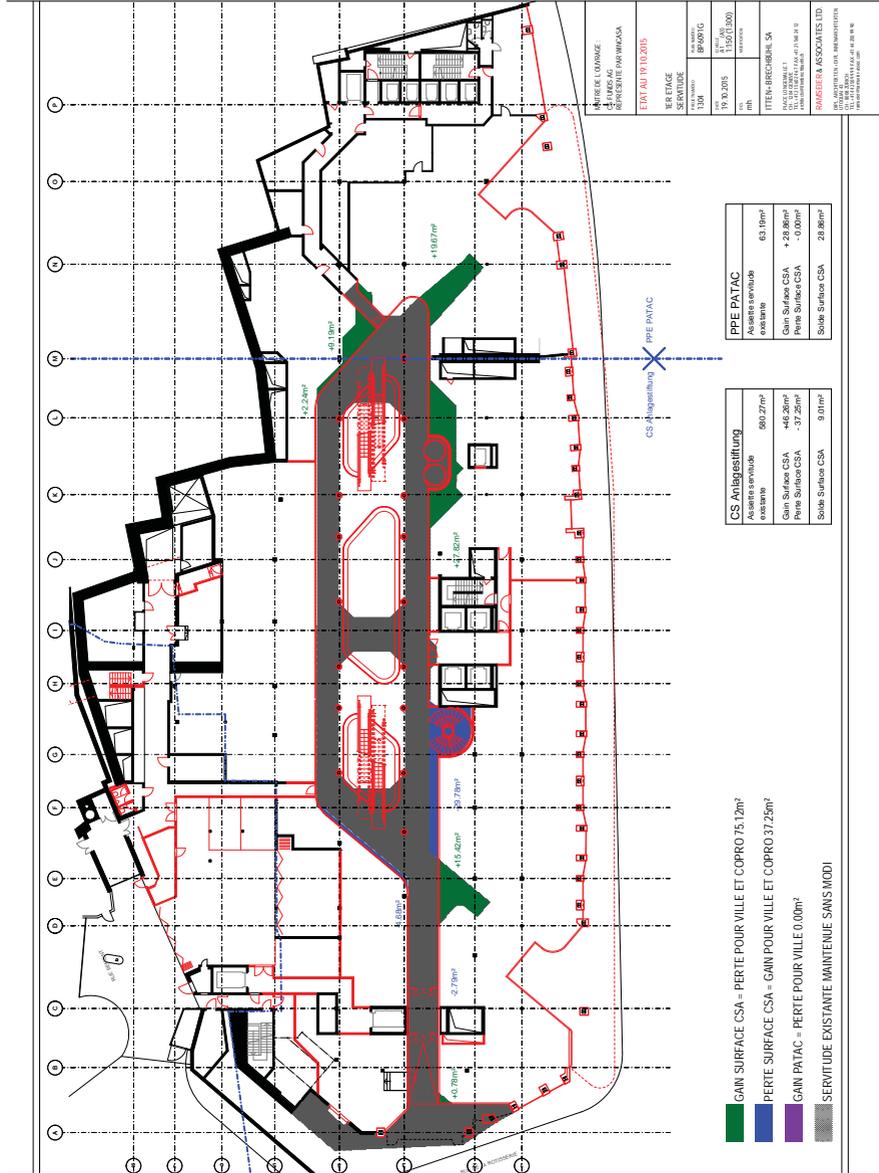
PPE PATAC	
Asseoirs servitud	144m <sup>2</sup>
Asseoirs	144m <sup>2</sup>
Gain Surface CSA	+ 0.15m <sup>2</sup>
Perte Surface CSA	- 0m <sup>2</sup>
Solde Surface CSA	0.15m <sup>2</sup>

CS Anlagensittung	
Asseoirs servitud	1037.50m <sup>2</sup>
Asseoirs	1037.50m <sup>2</sup>
Gain Surface CSA	+251.68m <sup>2</sup>
Perte Surface CSA	-48.17m <sup>2</sup>
Solde Surface CSA	203.51m <sup>2</sup>

- GAIN SURFACE CSA = PERTE POUR VILLE ET COPRO 251.68m<sup>2</sup>
- PERTE SURFACE CSA = GAIN POUR VILLE ET COPRO 48.17m<sup>2</sup>
- GAIN PATAC = PERTE POUR VILLE 4.06m<sup>2</sup>
- SERVITUDE EXISTANTE - MAINTIENUE SANS MODI

CS Anlagensittung X PPE PATAC

TUEN DE LA COMMUNAUTE



- GAIN SURFACE CSA = PERTE POUR VILLE ET COPRO 75.12m<sup>2</sup>
- PERTE SURFACE CSA = GAIN POUR VILLE ET COPRO 37.25m<sup>2</sup>
- GAIN PATAc = PERTE POUR VILLE 0.00m<sup>2</sup>
- SERVITUDE EXISTANTE MANUTENUE SANS MODI

CS-Anlagengestiftung	
Assiette servitude	60.27m <sup>2</sup>
Indemnité	446.28m <sup>2</sup>
Gain Surface CSA	+ 29.86m <sup>2</sup>
Perte Surface CSA	- 27.25m <sup>2</sup>
Soide Surface CSA	9.61m <sup>2</sup>

PPE PATAc	
Assiette servitude	63.19m <sup>2</sup>
Indemnité	429.86m <sup>2</sup>
Gain Surface CSA	+ 29.86m <sup>2</sup>
Perte Surface CSA	- 27.00m <sup>2</sup>
Soide Surface CSA	29.86m <sup>2</sup>

BUREAU D'INGENIERIE  
 47 AVENUE DE  
 MONTROUGE 91800 BRANCOIS

CLIENT : SANS MODI

DATE : 19.10.2015

PROJET : 150101000

PROF : 150101000

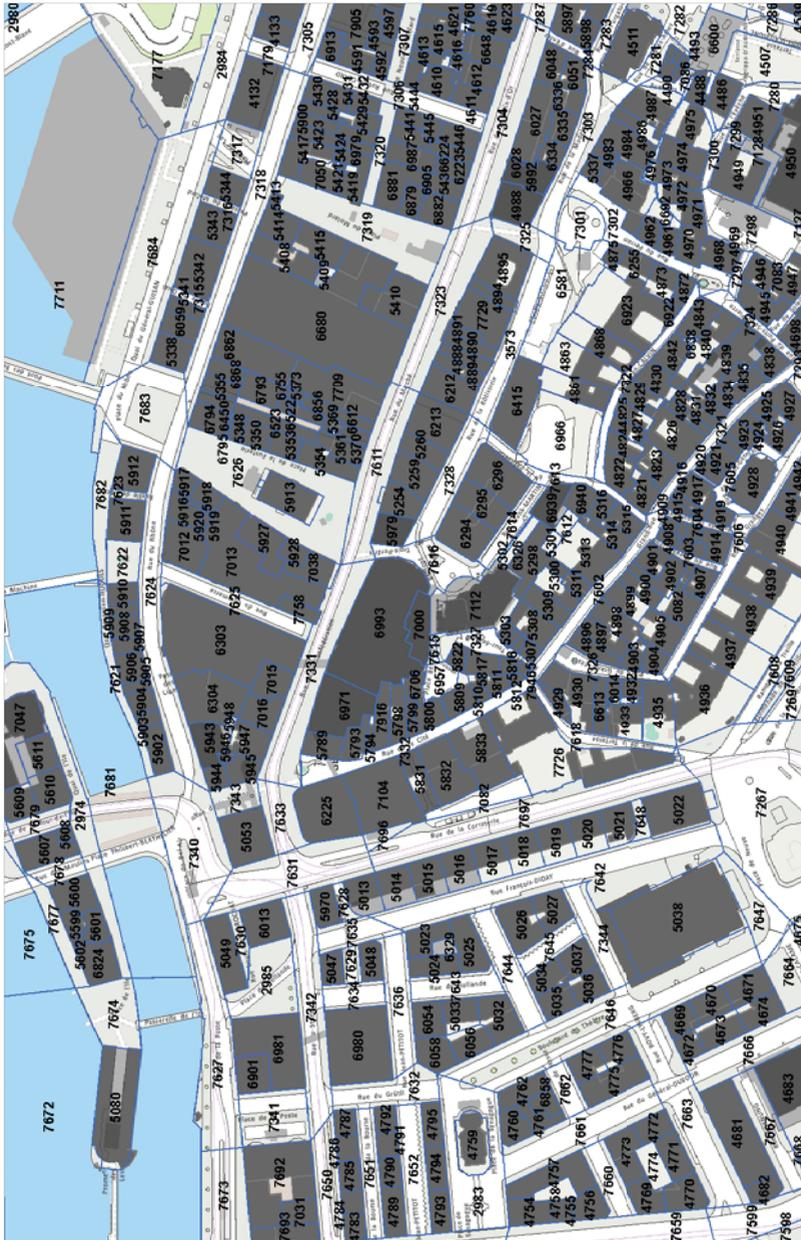
INT : 150101000

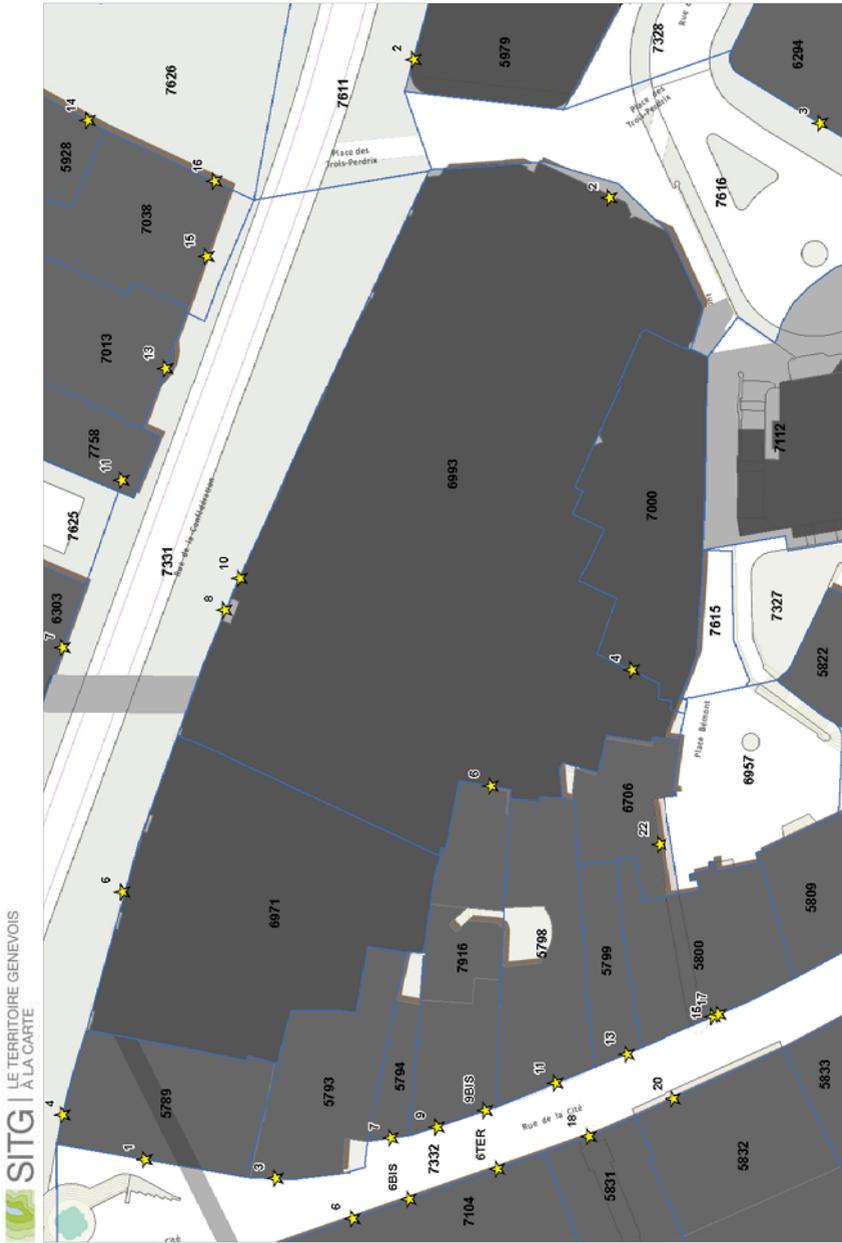
ITEM: BRICHBUE SA

100, rue de Valenciennes  
 91000 Evry-Courcouronnes  
 FRANCE

RAMBIE SA ASSOCIES LTD  
 100, rue de Valenciennes  
 91000 Evry-Courcouronnes  
 FRANCE









**CHRISTIAN TAMISIER**  
AVOCAT - lic. es.sc.comm.

**ALAN T. HUGHES**  
AVOCAT

**BENOÎT CHARBONNET**  
AVOCAT

**GUY BRAUN**  
AVOCAT

**YVES MABILLARD**  
AVOCAT

**JONATHAN MENOUD**  
AVOCAT

**ETIENNE MAÎTRE**  
AVOCAT stagiaire

**CHRISTIAN CHERPILLOD**  
FISCALISTE

**YVES CYWIE**  
AVOCAT CONSEIL

**Recommandé et pli simple**  
PP PHARMACIE PRINCIPALE SA  
rue de Veyrot 13  
1217 Meyrin

Genève, le 10 octobre 2012 /em

Concerne : Locaux N°6862.02.0030.02 et N° 6862.20.2302.02: unité d'étage N° 6.02, 6.03, 6.04 et 6.05 d'une surface totale d'environ 403 m2, situées au rez-de-chaussée et dépôt d'environ 116 m2 au 3<sup>ème</sup> sous-sol de l'immeuble sis au 8, rue de la Confédération à Genève

Madame, Monsieur,

Je porte à votre connaissance être en charge de la défense des intérêts de CREDIT SUISSE ANLAGESTIFTUNG REAL ESTATE SWITZERLAND.

Election de domicile est faite en l'Etude.

Je vous prie de trouver ci-joint l'avis de résiliation de votre contrat de bail à loyer pour son échéance, soit au 31 décembre 2014.

Je tiens d'ores et déjà à vous indiquer que ce congé est motivé par les importants travaux d'assainissement de l'immeuble, qui vont être réalisés par la bailleresse, comprenant notamment une refonte intégrale de toutes les surfaces commerciales.

En effet, après 25 ans d'utilisation commerciale, il est apparu qu'un assainissement important des locaux commerciaux était nécessaire, notamment pour des raisons d'économie d'énergie.

Ainsi, au vu de l'ampleur des travaux qui vont être entrepris, il est impossible pour ma mandante de maintenir les locataires dans les arcades pendant la durée des travaux.

Je vous prie de croire, Madame, Monsieur, à l'assurance de mes salutations distinguées.

Christian TAMISIER

Ann. ment.

## AVIS DE RÉSILIATION DU BAIL

donné au locataire/conjoint du locataire/partenaire enregistré du locataire en application de l'article 266I alinéa 2 ou 298 alinéa 2 du code des obligations

(formule officielle approuvée par arrêté du Conseil d'Etat du 22 février 2012)

Bailleur:	Credit Suisse Anlagestiftung Real Estate Switzerland	Locataire:	N°6862.02.0030.02 et N° 6862.20.2302.02
Représenté par:			RECOMMANDE
	Me Christian TAMISIER 8 rue Saint-Léger 1205 Genève		PP PHARMACIE PRINCIPALE SA rue de Veyrot 13 1217 Meyrin
		L	J

Immeuble (rue, n°):	8 rue de la Confédération, 1204 Genève	Etage:	Nombre de pièces:
Genre de la chose louée:			rez-de-chaussée
	local commercial		3ème sous-sol
	N° 6.02, 6.03, 6.04 et 6.05 d'une surface d'environ 403 m2 au rez-de-chaussée dépôt d'env. 116 m2 au 3ème sous-sol		

En application de l'article 266I alinéa 2 CO, nous vous communiquons la résiliation du bail relatif à l'objet mentionné ci-dessus pour le: **31. décembre 2014**

Remarques éventuelles:

L'art. 271 al. 2 CO vous permet de demander la motivation du congé. Une telle démarche de votre part ne suspend toutefois pas le délai dont vous disposez pour saisir la Commission de conciliation en matière de baux et loyers (voir encadré ci-dessous).

Lieu et date: **Genève, le 10 octobre 2012**

Signature:

Le locataire, son conjoint ou son partenaire enregistré qui entend demander l'annulation de la résiliation (art. 271 et 271a CO) ou la prolongation du bail (art. 272 à 272c CO) **doit adresser ou déposer une requête en ce sens dans les trente jours qui suivent la réception du congé, auprès de la Commission de conciliation en matière de baux et loyers, 1 place du Bourg-de-Four, case postale 3120, 1211 Genève 3 (tél. 022 327 62 10)**. Des formules de requête, dont l'usage n'est toutefois pas obligatoire, sont disponibles au secrétariat de la Commission. Le présent avis doit être joint, en original ou en copie, de même que toute autre pièce utile (bail écrit si possible). La procédure est gratuite.

Voir au verso des extraits des dispositions légales applicables

-1-

Les commerçants et employés  
de Confédération Centre à Genève

Secrétariat général du Grand Conseil  
Rue de l'Hôtel de Ville 2  
1204 Genève

### **Pétition contre le projet de rénovation de Confédération Centre**

Mesdames, Messieurs,

Nous, les commerçants et employés de Confédération Centre à Genève, avons récemment et fortuitement appris ( donc sans que nous ne soyons avisés officiellement ! ) l'existence d'un projet de transformation, à grande échelle, du Centre, prévu pour 2015 et à l'initiative de la banque Crédit Suisse.

A notre demande pour une rencontre avec Wincasa ( gérance immobilière du Crédit Suisse ) nous avons pu en savoir davantage et notamment que ce projet, qui coûtera 20 millions de francs suisse, entraînera notre cessation d'activité forcée, **sans recours possible.**

Confédération Centre, construit en 1980, abrite une quarantaine de commerces et des bureaux, qui emploient environ 500 personnes.

D'après Wincasa, tout le monde sera contraint de quitter les lieux à titre définitif et sans aucune contrepartie.

Le Crédit Suisse est une grande banque helvétique, dont le but est d'obtenir le maximum de bénéfices. De notre point de vue, ce projet est une injustice en ne tenant aucun compte **du facteur humain.**

- Ce projet sera la cause directe de la mise au chômage de près de 500 personnes, mettant **en souffrance et dans l'angoisse** 500 familles qui, en ces temps de crise, devront chercher du travail. **Quelle est la justification de ce gâchis et où est l'équité dans ce projet ?**
- Ce sera une grande charge supplémentaire pour le canton de Genève qui aura à assumer 500 chômeuses et chômeurs de plus.
- Au vu de la population, le déroulement de ces opérations renverra **une image négative de la Suisse et de Genève** en particulier, qui n'offre aucune protection pour les emplois qu'elle abrite et démontre que n'importe quel promoteur peut, du jour au lendemain,

-2-

mettre à la rue des centaines de personnes sans que l'état ne s'en préoccupe.

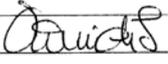
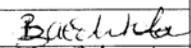
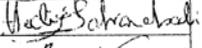
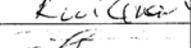
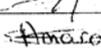
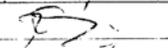
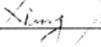
Nous, les employés et commerçants de Confédération Centre, nous sommes unis pour vous demander de faire opposition à ce projet injuste, afin de sauver la quarantaine de commerces et les 500 emplois qui en dépendent.

Nous vous sollicitons pour être le rempart des classes modestes, de ces 500 futurs chômeuses et chômeurs, contre la cupidité de la banque Crédit Suisse.

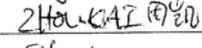
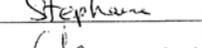
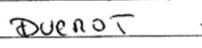
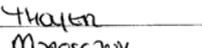
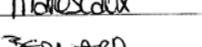
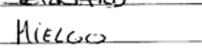
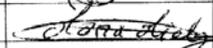
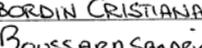
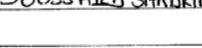
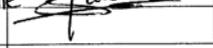
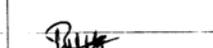
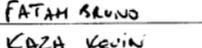
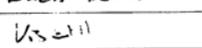
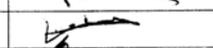
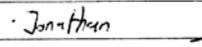
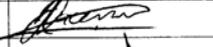
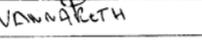
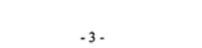
Pour information, nous communiquerons une copie de cette pétition aux médias et syndicats.

En vous remerciant par avance et en espérant attirer toute votre attention, nous vous prions d'agréer, Mesdames, Messieurs, l'expression de nos salutations respectueuses.

### Signatures des entreprises et personnes concernées

Nom et raison sociale	Nom du personnel concerné	signature	
<p><del>Folli Follie</del>  <b>CONFEDERATION CENTRE</b>                      8, rue de la Confédération                      1204 GENEVE                      TEL 022 / 311 79 29</p> <p><b>Folli Follie</b></p> <p><b>BELLEZONE</b>                      RUE DE LA CONFEDERATION 8                      1204 GENEVE                      • 022 3108558</p> <p><b>FLOS CIGARS</b>                      8 rue de la confédération                      1204 Genève                      Tel/Fax 022 311 20 35</p>	Mme O. Zouidis		
	Prinatlack Buchholz		
	Hedie Bahramabadi		
	Ravi Guvan		
	Danielle LIMEIER		
	Amaro D Kaha		
	PHILIPPE NINET		
	Xiang Feng Xia		

- 2 -

<p><b>NEW JARDIN D'ASIE</b> 8 rue de la Confédération 1204 GE ☎ 022-312 16 07</p>		WANG JING
		LIU ZHIBO
	ZHOU KAI 	ZHOU KAI
	Stephane 	Stephane SHU
	Ching 	Ching HONG
		DU YUJIA
	DUEROT 	
	THOUER 	
	MARSCAUX 	
	BERNARD 	
KIELCO 		
<p><b>MINELLI</b> 8 Rue de la Confédération 1204 Genève Tél. 0223103790</p>	BORDIN CRISTIANA 	
	BOUSSARD SANDRINE 	
<p><b>matsuri Restauration</b> (Suisse Romand) Sarl Rue de la Confédération 8 1204 GENEVE N° Féd. CH-660-0978003-9</p>	FATAH BRUNO 	
	KAZA KEVIN 	
	Issaill 	
	Jonathan 	
	Raymond 	
	VANNARETH 	



**POULY TRADITION S.A.**  
 rue Pré-Bouvier 31  
 CH 1242 Satigny  
 Compte n° L. 3239.38.30

**IMPACT CONFÉDÉRATION**  
 Rue de la Confédération 8  
 1204 Genève  
 Tél. 022 / 810 16 54

**CALIDA**  
 LEAD WEAR

**CALIDA Store**  
 Confédération Centre  
 Rue de la Confédération 8  
 1204 Genève  
 Tél: +41 (0)22 310 63 66  
 Fax: +41 (0)22 310 63 67

**The Body Shop**  
 8, rue de la Confédération  
 1204 Genève  
 Tél. 022 / 810 16 54  
 Fax 022 / 810 16 57

**BOUTIQUE ANOUK**  
 8, Rue de la Confédération  
 Centre Confédération  
 1204 Genève  
 tel +41 (0) 22 310 77 23

*[Signature]*

Goss E.

*[Signature]*

*[Signature]*

*[Signature]*

**F. MORET** Sandra

*[Signature]*

**FILIPP:** ANA

*[Signature]*

Sarah Wrenberg

*[Signature]*

**The Body Shop**  
 8, rue de la Confédération  
 1204 Genève  
 Tél. 022 / 810 16 54  
 Fax: 022 / 810 16 57

Valentin Galletta *[Signature]*

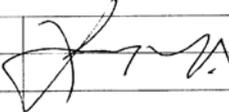
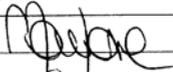
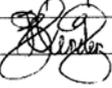
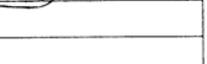
*[Signature]*

*[Signature]*

*[Signature]*

Jule Padak

<p>Flavon du Gâteau</p>	<p>TEISSEDERE Fl. Niska M. J. Chystru</p>	<p><del>TE</del> M. J. S.</p>
	<p><del>René</del> Marie Shannon ERIC S CLAUQUE D.</p>	<p><del>[Signature]</del> [Signature] [Signature]</p>
<p><b>Boutique Vogue</b> Confédération Centre, 8 1204 Genève Tel: 022-310-06-10</p>	<p>Angela V. [Signature]</p>	<p>Angela V. [Signature]</p>
<p><b>HAIR DIFFERENT</b> CONFEDERATION CENTRE TEL 022 310 43 72</p>	<p>Secours Nagel</p>	<p>[Signature]</p>
<p><b>LES REX</b> Confédération Centre 1204 GENÈVE</p>	<p>Algon Jennifer [Signature]</p>	<p>[Signature] [Signature]</p>
	<p>[Signature] IANVACQUE L. Sph. [Signature]</p>	
	<p>Pauline Santich</p>	<p>P. Santich</p>

<p>PUPA 8 Rue de la Confédération 1204 GENEVE TEL. 022 310 15 75 FAX-022-340-31-09</p> <p></p> <p><i>Echopard</i> 8 rue de la Confédération 1204 Genève</p> <p><b>Tentation Bijoux</b> TVA N° 369 540 Rue de la Confédération 6 1204 Genève 0 022 511 65 82 FAX 022 312 42 30</p> <p><b>PHARMACIE PRINCIPALE LIFE STORE CONFEDERATION CENTRE</b> Manel Merchaoui Belkhechine Pharmacienne responsable Rue de la Confédération 8 1204 Genève Tél. 022 318 66 60 - fax: 022 318 66 65</p>	<p>Alain</p>	
	<p>"Smile</p>	
	<p>Nathalie</p>	
	<p>H. MOREAU</p>	
	<p>Manel Merchaoui</p>	
	<p>Sylvie MARCOS</p>	
	<p>PATRICIA RIBICIC</p>	
	<p>Victoria B. Torrens</p>	
	<p>HUGON CECILE</p>	

Swiss Issues Branches

# Quelle est la part suisse dans le commerce de détail helvétique?



## Impressum

### Éditeur

Loris Centola  
Global Head of Research and Head of Business Development  
Tél. +41 44 333 57 89  
E-mail: [loris.centola@credit-suisse.com](mailto:loris.centola@credit-suisse.com)

Oliver Adler  
Head Economic Research  
Tél. +41 44 333 09 61  
E-mail: [oliver.adler@credit-suisse.com](mailto:oliver.adler@credit-suisse.com)

### Impression

Multicolor Print AG, Sihlbruggstrasse 105a, 6341 Baar

### Clôture de rédaction

7 décembre 2015

### Série de publications

Swiss Issues Branches

### Commandes

Exemplaires à l'unité (gratuits) directement auprès de votre conseiller. Exemplaires au format électronique sur [www.credit-suisse.com/publications](http://www.credit-suisse.com/publications)  
Commandes internes via MyShop sous le n° mat. 1515302

### Visitez notre site Internet

[www.credit-suisse.com/research](http://www.credit-suisse.com/research)

### Copyright

Ce document peut être cité en mentionnant la source.  
Copyright © 2016 Credit Suisse AG et/ou sociétés liées. Tous droits réservés.

## Auteurs

### Auteurs Credit Suisse AG

Patricia Feubli  
Tél. +41 44 333 68 71  
E-mail: [patricia.feubli@credit-suisse.com](mailto:patricia.feubli@credit-suisse.com)

Nicole Brändle Schlegel  
Jan Riss

### Auteurs Fuhrer & Hotz – Excellence in Retailing

Marco Fuhrer  
Tél. +41 44 766 14 18  
E-mail: [m.fuhrer@fuhrer-hotz.ch](mailto:m.fuhrer@fuhrer-hotz.ch)

Martin Hotz  
Tél. +41 44 766 14 14  
E-mail: [hotz@fuhrer-hotz.ch](mailto:hotz@fuhrer-hotz.ch)

## Sommaire

<b>Éditorial</b>	<b>4</b>
<b>Synthèse</b>	<b>5</b>
<b>Conjoncture de la branche en 2015</b>	<b>7</b>
Demande	7
Tourisme d'achat	10
Commerce en ligne	12
Offre dans le segment alimentaire	13
Offre dans le segment non-food	15
<b>Internationalité des biens de consommation</b>	<b>17</b>
Internationalité des biens de consommation	17
Internationalité de la production à la vente	18
«Brands go Retail»: tendances dans la relation producteur/commerçant	22
Pays d'origine des importations suisses	24
Causes des écarts de prix internationaux	25
Scénario: appréciation du franc	29
<b>Perspectives 2016</b>	<b>31</b>
Aperçu	31
Top-down	32
Bottom-up: rétrospective 2015 et perspectives 2016	33
Bottom-up: prévisions de chiffres d'affaires et de bénéfices	35
Bottom-up: planification de surfaces de vente	36
Bottom-up: budgets marketing	37
<b>Annexe</b>	<b>38</b>

## Éditorial

Chères lectrices, chers lecteurs,

Huit jours après la publication du Retail Outlook 2015, certaines des prévisions qu'il contenait ont été réduites à néant. La Banque nationale suisse (BNS) a supprimé le cours plancher le 15 janvier 2015, bouleversant ainsi les perspectives du commerce de détail helvétique. Sous l'effet de l'appréciation marquée du franc, les prix ont plongé et le tourisme d'achat dans les pays limitrophes s'est envolé. Selon nos estimations, les consommateurs suisses ont effectué des achats à l'étranger à hauteur de 11 mrd CHF en 2015. En d'autres termes, un franc sur dix dépensés en Suisse va remplir les caisses des détaillants étrangers – de toute évidence, le tourisme d'achat n'est plus un phénomène marginal.

Fort heureusement, seule une partie du Retail Outlook était directement concernée par la décision de la BNS et son thème central, l'e-commerce, a conservé tout son à-propos. Oui plus est, nos prévisions quant à la part du chiffre d'affaires en ligne pour 2014 étaient même relativement précises. Plus de 5% du chiffre d'affaires du commerce de détail ne passent désormais plus par les magasins physiques. À l'instar du tourisme d'achat, l'e-commerce s'est imposé en tant que donnée fixe de la branche, d'où le chapitre régulier qui lui sera consacré à compter de cette année.

Le débat relatif aux répercussions de la décision de la BNS sur le commerce de détail témoigne de l'importance des développements à l'échelle mondiale, même pour une branche orientée sur le marché national. Les chaînes de distribution internationales dominent depuis longtemps déjà les principaux quartiers commerçants helvétiques. Le tourisme d'achat – à savoir l'«importation directe» par les consommateurs suisses – reste certes un sujet récurrent dans les médias. Ceci dit, comme le montre le thème central de cette édition, une grande partie des dépenses des Suisses vont à des fournisseurs et producteurs du pays. Les disparités entre les grands segments du commerce de détail – alimentation, habillement et meubles – sont toutefois considérables.

L'abandon du cours plancher a ravivé le débat sur l'ilot de cherté suisse. Dans notre thème central, nous abordons les causes à l'origine des écarts de prix internationaux et calculons qu'une appréciation de 15% du franc soulagerait le budget des ménages helvétiques à hauteur de plusieurs milliards. Ce constat est pertinent puisque l'appréciation du franc n'a ainsi pas seulement des répercussions négatives sur l'économie suisse (détérioration de la compétitivité des exportateurs), mais peut aussi stimuler la consommation privée en tant que «mini-plan de relance budgétaire».

Quelles sont les perspectives du commerce de détail suisse sur fond de pression accrue sur les prix et de progression du tourisme d'achat? Le Retail Outlook se clôture de nouveau sur un pronostic «top-down» sous l'angle macro-économique et sur une enquête «bottom-up» réalisée par notre partenaire Fuhrer & Hotz – Excellence in Retailing auprès des décideurs de la branche. Espérons que la validité de nos prévisions dépassera huit jours cette année afin de vous laisser suffisamment de temps pour étudier le contenu riche et passionnant de cette édition.

Nous vous souhaitons une agréable lecture.

Albert Angehrn  
Responsable Large Swiss Corporates

Oliver Adler  
Responsable Economic Research

## Synthèse

**Recul des chiffres d'affaires et des prix moins marqué dans le domaine alimentaire/near-food que sur le segment non-food**  
(p. 7-16)

Le commerce de détail a été durement éprouvé en 2015: l'abandon du cours plancher EUR/CHF a fait s'envoler les achats à l'étranger des Suisses et le climat de consommation s'est fortement détérioré en cours d'année. Les chiffres d'affaires réels et nominaux de même que les prix ont été nettement inférieurs à l'année précédente. Le recul a cependant été moins marqué dans le domaine alimentaire/near-food que sur le segment non-food. Selon l'enquête de Fuhrer & Hotz, seul un tiers des négociants interrogés ont atteint leurs objectifs de chiffre d'affaires et une entreprise sur cinq les a nettement manqués.

**Forte progression du tourisme d'achat à presque 11 mrd CHF en 2015**  
(p. 10-11)

Suite à l'abandon du cours plancher début 2015, le franc s'est temporairement apprécié d'environ 15% face à l'euro. Sur le reste de l'année, le taux de change a oscillé entre 1.05 et 1.10 CHF pour 1 EUR. En conséquence, les achats à l'étranger des Suisses ont nettement augmenté par rapport à 2014 après s'être stabilisés à niveau élevé durant plusieurs années. La hausse a été la plus soutenue en Allemagne – principale destination pour le tourisme d'achat suisse. Les achats à l'étranger sur Internet devraient aussi avoir fortement progressé en 2015. Globalement, la valeur du tourisme d'achat (stationnaire et en ligne) devrait avoisiner 11 mrd CHF en 2015.

**Forte croissance probable du commerce en ligne en 2015**  
(p. 12)

L'e-commerce devrait également avoir enregistré une forte croissance en 2015 si l'on se réfère à la multiplication des activités du commerce de détail dans ce domaine: lancement de boutiques en ligne par différents grands acteurs du marché, nouveaux drive-in et points de retrait ainsi que nouvelles offres de conseil et de solutions logistiques numériques. Les années précédentes déjà, la part du chiffre d'affaires en ligne des détaillants suisses avait connu une progression supérieure à la moyenne, pour atteindre 5,1% en 2014.

**2016: demande robuste, recul moins marqué des prix et stabilisation des chiffres d'affaires nominaux**  
(p. 32)

En 2016, le cours de change EUR/CHF devrait se maintenir autour de 1.10 sous l'effet des taux d'intérêt négatifs et des achats de devises sporadiques de la BNS. Dans cette hypothèse, nous attendons une timide embellie pour le commerce de détail. Le tourisme d'achat devrait se stabiliser au niveau élevé de 2015. Certes, le climat de consommation ne devrait pas connaître d'embellie notable. Grâce à la légère hausse du revenu disponible et à la diminution seulement modérée de l'immigration nette, nous anticipons néanmoins une évolution de la demande nettement meilleure qu'en 2015. Le recul des prix devrait ralentir et les chiffres d'affaires nominaux se stabiliser dans le commerce de détail en 2016.

**53% des commerçants et fabricants interrogés anticipent une hausse de leurs chiffres d'affaires en 2016**  
(p. 33-37)

53% des commerçants et fabricants interrogés par Fuhrer & Hotz anticipent pour 2016 des chiffres d'affaires plus élevés qu'en 2015. Les entreprises du domaine alimentaire sont ici un peu plus optimistes que celles du segment near/non-food. Des mesures de marketing sont aussi prises en vue de la réalisation des objectifs. 35% des entreprises entendent étoffer leur budget dédié à la promotion des ventes, au détriment du budget publicitaire pour la plupart d'entre elles. La majorité des détaillants alimentaires envisagent une extension de leur surface de vente en 2016, contre un maintien voire une diminution pour les entreprises du segment near/non-food. L'expansion des surfaces de vente devrait ainsi encore ralentir en 2016.

**Augmentation des comparaisons internationales de prix ces dernières années**  
(p. 17)

Suite à l'envolée du tourisme d'achat et de l'e-commerce, le commerce de détail suisse a été de plus en plus confronté à la concurrence internationale ces dernières années. En particulier les prix à la consommation, élevés dans notre pays en comparaison avec l'étranger, ont régulièrement donné lieu à des discussions houleuses.

**La majorité des dépenses des ménages suisses profitent aux commerçants et fabricants helvétiques**  
(p. 18-21)

Notre analyse montre qu'une grande partie des dépenses des ménages suisses dans le commerce de détail va à des commerçants et producteurs suisses. Une grande partie de la valeur ajoutée dans le domaine de l'alimentaire, de l'habillement et de l'ameublement est ainsi générée en Suisse. On observe toutefois des différences considérables entre les segments, principalement dues à l'internationalité des producteurs. Si l'on prend en compte les importations et les intrants acquis à l'étranger par les fournisseurs, les prestations du commerce de détail et de gros sont suisses à hauteur de 95% et 92% respectivement.

**Dépenses des ménages partant à l'étranger: 21% pour l'alimentation, 22% pour les meubles et 43% pour les vêtements et textiles**  
(p. 18-21)

Les produits négociés et vendus sont en revanche nettement plus internationaux. 21% des produits alimentaires consommés en Suisse sont importés, cette part s'établissant à 53% pour les meubles et à 77% pour les vêtements et textiles. Si l'on tient compte de la part des intrants achetés à l'étranger pour la fabrication de produits helvétiques, ce sont au total 21% des dépenses des ménages consacrées à l'alimentation qui reviennent aux négociants, producteurs et sous-traitants étrangers, contre 22% pour les meubles et 43% pour l'habillement.

**Prix à la consommation jusqu'à 38% plus bas dans les pays d'origine des importations qu'en Suisse**  
(p. 25-28)

Le commerce de détail suisse est confronté à la concurrence étrangère, notamment sur les segments où la part d'importation est importante. Les prix à la consommation – relativement élevés dans notre pays pour les denrées alimentaires, meubles et vêtements selon notre analyse – constituent ici un critère de comparaison essentiel. En moyenne, les prix dans les principaux pays d'origine des importations sont inférieurs à ceux pratiqués en Suisse de 31% pour les produits alimentaires, 26% pour les meubles et 38% pour les vêtements.

**Principaux responsables des prix supérieurs en Suisse: coûts du travail, d'achat, de transport et de logistique et loyers**  
(p. 25-28)

Ces écarts de prix s'expliquent en grande partie par des facteurs économiques, dont les coûts du travail. Ceux-ci représentent un facteur de coûts importants en particulier dans la fabrication de ces trois groupes de biens et sont dans l'industrie helvétique nettement supérieurs à ceux en vigueur dans les principaux pays d'origine des importations. Les intrants nécessaires à la production sont également plus onéreux en Suisse qu'à l'étranger. Les coûts du travail sont aussi bien plus importants que dans les principaux pays d'origine dans le commerce de détail et de gros, mais ne font toutefois pas partie des facteurs de coûts majeurs. Les coûts de transport et de logistique et les loyers des surfaces d'entreposage et de vente influent ici davantage. Dans ce domaine aussi, le site suisse est relativement cher. Seuls les coûts du capital et la TVA y sont inférieurs à ceux prévalant dans les pays d'origine des importations de denrées alimentaires, meubles, textiles et vêtements.

**Notre scénario: baisse de 1.3 mrd CHF des dépenses des ménages suisses si le franc s'apprécie de 15% face à l'euro**  
(p. 29-30)

Du fait de l'intégration internationale du commerce de détail, les fluctuations des taux de change ont un impact direct sur les dépenses de consommation des ménages suisses. Nous calculons cet impact dans un scénario basé sur une appréciation de 15% du franc face à l'euro et une répercussion des avantages de change à tous les niveaux de la chaîne de valeur. Dans l'hypothèse d'un comportement inchangé tant au niveau de l'offre que de la demande, les dépenses des ménages diminuent à hauteur de 2,2% pour l'alimentation, 1,9% pour les meubles et 3,3% pour les vêtements – soit un montant de 1.3 mrd CHF en prenant les dépenses de 2011 comme base de calcul. Cette somme peut alors être consacrée à des produits supplémentaires ou plus onéreux, aux loisirs, aux vacances, aux placements financiers et à d'autres domaines, ce qui bénéficie à de nombreuses branches.

**Le commerce de détail est mis au défi par le recours accru à la vente directe des fabricants**  
(p. 22-23)

Outre la comparaison internationale, le recours accru des fabricants à la vente directe constitue un défi pour le commerce de détail. En particulier sur les segments de l'habillement, des articles de sport et de l'électronique grand public, les fabricants écoulent leurs biens non seulement par l'intermédiaire des détaillants et grossistes, mais aussi de plus en plus via la vente directe, notamment pour pouvoir mettre leurs produits en valeur comme ils l'entendent et de manière exclusive.

## Conjoncture de la branche en 2015: demande

**La détérioration du climat de consommation et le tourisme d'achat ont pesé sur les chiffres d'affaires réels du commerce de détail en 2015. La demande a augmenté uniquement dans le segment alimentaire/near-food et l'électronique grand public.**

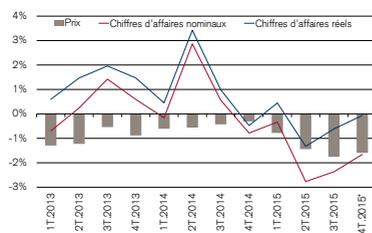
### Repli de la demande dans le commerce de détail en 2015

2015 a été une année difficile pour le commerce de détail suisse, qui a vu ses chiffres d'affaires réels reculer d'environ 0,4% en rythme annuel (fig. 1). Il s'agit là d'une détérioration sensible si l'on se réfère à la croissance réelle de la demande en 2014 (+1,1%). L'abandon du cours plancher EUR/CHF le 15 janvier a fait chuter les prix dans la branche, d'où une hausse du pouvoir d'achat des consommateurs suisses, qui ont pu s'offrir davantage de produits. Par ailleurs, la population a poursuivi sa légère progression en glissement annuel. L'évolution du taux de change a néanmoins encore exacerbé le tourisme d'achat (cf. chapitre «Tourisme d'achat»). La crise grecque et la multiplication des annonces de réductions de postes ont en outre pesé sur le climat de consommation en cours d'année. L'intensification du tourisme d'achat et la détérioration du climat de consommation ont occulté l'impact du pouvoir d'achat et de la population, de sorte que la demande a été plus faible en 2015 qu'en 2014.

### Progression uniquement dans le segment alimentaire/near-food et l'électronique grand public

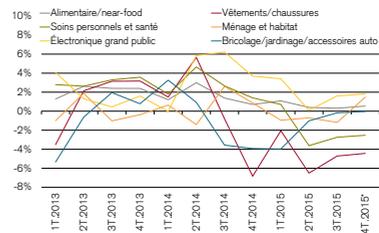
La demande a reculé dans la quasi-totalité des segments (fig. 2). L'été chaud a certes offert un répit temporaire aux vêtements/chaussures et au bricolage, qui ont néanmoins enregistré une baisse de leurs chiffres d'affaires réels sur l'ensemble de l'année. La demande a légèrement augmenté uniquement dans le segment alimentaire/near-food (p. ex. produits d'entretien, de soins) et l'électronique grand public (+0,7% et +1,5%). Relativement peu sensible à la conjoncture, le domaine alimentaire/near-food a enregistré une légère progression de ses chiffres d'affaires réels même en début d'année – malgré la forte appréciation du franc. L'électronique grand public a vraisemblablement profité des tendances à la technologie portable (p. ex. montres cardiofréquences/mètres) ou aux «smart homes» (p. ex. chauffage commandé par smartphone et puces communicantes) et de ses prix compétitifs par rapport à d'autres pays. Au vu du repli marqué des prix, qui entre dans leur calcul, les chiffres d'affaires réels de ce segment semblent toutefois légèrement surestimer l'évolution effective de la demande.

**Fig. 1: Chiffre d'affaires du commerce de détail et prix**  
Variation en glissement annuel, en % (corrégée des jours ouvrables)



Source: GfK, Office fédéral de la statistique, Credit Suisse; valeurs estimées par Credit Suisse

**Fig. 2: Chiffres d'affaires par groupes de produits**  
Réels, variation en glissement annuel, en % (corrégée des jours ouvrables)



Source: GfK, Office fédéral de la statistique, Credit Suisse; valeurs estimées par Credit Suisse

## Conjoncture de la branche en 2015: demande

### Léger ralentissement de la croissance démographique

Les dépenses de consommation par personne sont restées relativement constantes ces dix dernières années. La progression à moyen terme des chiffres d'affaires du commerce de détail dépend donc fortement de la croissance démographique (immigration nette et excédent des naissances). En 2015, la population suisse devrait avoir augmenté dans des proportions similaires à 2014. L'immigration nette a cependant légèrement diminué d'environ 10 000 personnes par rapport à l'année précédente, probablement en raison de la baisse du nombre de migrants en provenance d'Allemagne, d'Espagne et du Portugal.

### Légère hausse du revenu disponible

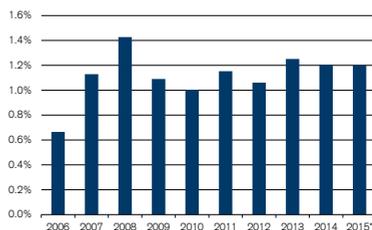
Le revenu disponible a de nouveau légèrement augmenté en 2015. La progression de 0,6% du salaire brut par rapport à 2014 a permis de plus que compenser les déductions un peu plus élevées (hausse des impôts et primes d'assurance maladie, cotisations sociales stables). La part du revenu disponible consacrée au logement en 2015 devrait être similaire à l'année précédente. Les propriétaires ont profité de taux d'intérêt encore plus bas et les loyers n'ont que peu augmenté. Couplé au recul des prix à la consommation, ceci devrait s'être traduit par un accroissement du pouvoir d'achat par rapport à 2014.

### Détérioration du climat de consommation

Le climat de consommation s'est nettement détérioré dans le courant de 2015. L'appréciation du franc a miné le moral des consommateurs avec un temps de retard. Au 1<sup>er</sup> semestre, ils anticipaient majoritairement un recul marqué des prix et une dégradation marginale de l'évolution économique. Mais la multiplication des annonces de réductions de postes et la crise grecque ont laissé des traces au 3<sup>e</sup> trimestre. Le climat de consommation est passé nettement en deçà de la moyenne à long terme et ne s'est pas redressé jusqu'à la fin d'année.

### Population

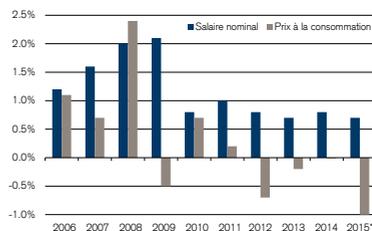
Croissance démographique (immigration nette et excédent des naissances): variation en glissement annuel, en %



Source: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse; \*valeur 2015 estimée par Credit Suisse

### Évolution des salaires et des prix à la consommation

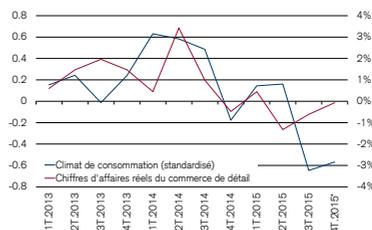
Variation en glissement annuel, en %



Source: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse; \*valeurs 2015 estimées par Credit Suisse

### CA réels du commerce de détail et climat de consommation

Climat de consommation: indice; 0 = moyenne à long terme; chiffres d'affaires du commerce de détail: variation en glissement annuel, en %



Source: Secrétariat d'État à l'économie, GfK, Office fédéral de la statistique, Credit Suisse; \*chiffres d'affaires estimés par Credit Suisse

## Conjoncture de la branche en 2015: demande

### CA: repli le plus marqué pour les vêtements/chaussures

Par rapport aux autres, le segment vêtements/chaussures a de loin connu le recul le plus marqué du chiffre d'affaires réel en 2015 (-4,3%). Les détaillants stationnaires ont certes pu profiter de la météo avantageuse en été, mais le tourisme d'achat a eu un impact particulièrement notable sur le segment. Les achats à l'étranger d'articles d'habillement représentent en effet de un cinquième à un quart du chiffre d'affaires total en Suisse. De plus, les détaillants stationnaires devraient de nouveau avoir perdu des parts de marché au profit de fournisseurs en ligne de poids comme Zalando en 2015.

### Écarts de prix pénalisant les CA dans les soins personnels

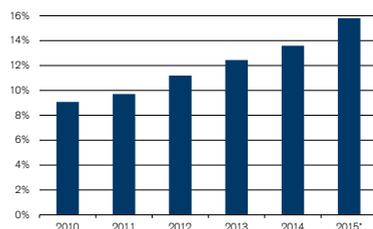
Les chiffres d'affaires réels se sont repliés de 1,8% dans le segment soins personnels/santé en 2015. Certes, ce segment devrait avoir profité de la prise de conscience accrue de la population en matière de santé, qui s'est traduite par une hausse sensible des chiffres d'affaires réels sur les deux années précédentes (2013: +3,1%; 2014: +2,7%). Mais le tourisme d'achat devrait avoir causé des dégâts dans ce domaine également. Les écarts de prix marqués entre la Suisse et les pays limitrophes ont ici contribué à renforcer l'attrait des achats à l'étranger s'agissant des produits de soin.

### Beau temps favorable au bricolage en 2015

Les adeptes du bricolage et du jardinage ont été comblés en 2015: la durée d'ensoleillement s'est en effet accrue de 11% environ par rapport à 2014. Grâce à la météo clémente, le segment bricolage/jardinage/accessoires auto a vu ses chiffres d'affaires réels augmenter en glissement annuel, surtout durant l'été et l'automne. Le bilan sur l'ensemble de l'année reste toutefois mitigé. Les chiffres d'affaires réels ont globalement reculé de 1,4% en rythme annuel, sous l'effet notamment du début d'année manqué avec des températures inférieures à la moyenne en février (chiffres d'affaires réels en janvier-février: -6,9% par rapport à 2014).

### Part de CA en ligne pour les vêtements/chaussures

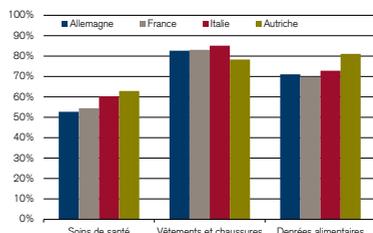
En termes nominaux, en %



Source: GfK, ASVAD, Credit Suisse; \*valeur 2015 estimée par Credit Suisse

### Comparaison: indices de niveau des prix par pays

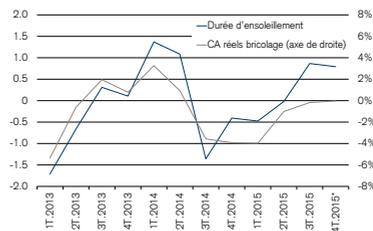
2014, en % de l'indice de niveau des prix suisse



Source: Eurostat, Credit Suisse

### Bricolage: durée d'ensoleillement et CA réels

Durée d'ensoleillement (en heures): moyenne sur 3 mois, variation en glissement annuel, en %, standardisée; CA réels: variation en glissement annuel, en %



Source: Météo Suisse, GfK, Office fédéral de la statistique, Credit Suisse; \*estimation des valeurs: Credit Suisse

## Conjoncture de la branche en 2015: demande Nouvelle intensification du tourisme d'achat en 2015

**Le tourisme d'achat stationnaire des Suisses a globalement progressé d'environ 8% en 2015, et de près de 11% pour les achats en Allemagne.**

### Progression d'environ 8% en glissement annuel du tourisme d'achat en 2015

L'abandon du cours plancher à la mi-janvier 2015 s'est derechef traduit par une appréciation de 15% du franc face à l'euro. Par conséquent, les achats des Suisses dans les pays limitrophes ont de nouveau fortement augmenté, après s'être stabilisés à niveau élevé entre 2012 et 2014. Selon les chiffres relatifs aux recettes de TVA issues du trafic touristique privé en Suisse, le tourisme d'achat stationnaire a progressé d'environ 8% par rapport à l'année précédente (fig. 3). La hausse la plus marquée a été observée dans les semaines ayant immédiatement suivi la suppression du cours plancher (février: +15% par rapport à l'année précédente).

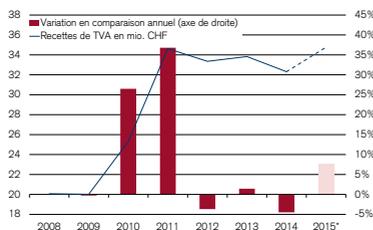
### Forte croissance du tourisme d'achat en ligne portant le montant des achats à l'étranger à 11 mrd CHF

Plusieurs indices laissent penser que les achats à l'étranger sur Internet ont aussi nettement augmenté en rythme annuel en 2015. D'une part, le tourisme d'achat en ligne a connu une forte progression ces dernières années déjà (2010–2014: +80%). D'autre part, la Poste a annoncé à la mi-2015 avoir traité quelque 11 000 colis d'importation par jour depuis le début de l'année, soit une hausse de 10% par rapport à 2014. Les points de retrait et prestataires de services logistiques ont également enregistré des taux de croissance élevés. La société MeinEinkauf a par exemple fait état en milieu d'année d'une hausse sensible de son volume de commandes. Grâce à des adresses de livraison en Allemagne, MeinEinkauf permet à ses clients suisses de bénéficier des mêmes prix que les consommateurs allemands lors d'achats sur des sites allemands. Aux dires de la société, ses entrées de commandes ont triplé en février 2015. Globalement, la valeur du tourisme d'achat (stationnaire et en ligne) devrait avoisiner 11 mrd CHF en 2015, soit 10% du chiffre d'affaires total du commerce de détail suisse.

### Hausse de 11% du tourisme d'achat en Allemagne

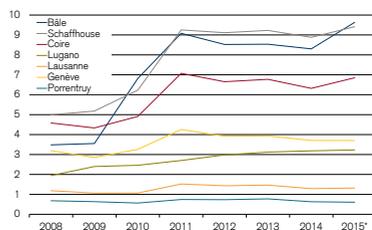
Les recettes de TVA ont augmenté de 11% en rythme annuel à la frontière avec l'Allemagne – principale destination pour le tourisme d'achat suisse (fig. 4, régions gardes-frontière de Bâle et Schaffhouse). En conséquence, les certificats d'exportation tamponnés aux postes de douane allemands se sont accrus de 13% en 2015 (fig. 5). Les achats des Suisses en Allemagne devraient ainsi avoir enregistré la progression la plus soutenue par rapport aux autres pays (fig. 4 et fig. 5). En Allemagne, cette évolution a été observée avec un certain scepticisme. L'exigence

**Fig. 3: Recettes de TVA issues de l'importation de biens**  
Recettes de TVA issues du trafic touristique privé en Suisse, en mio. CHF; variation en glissement annuel, en %



Source: Administration fédérale des douanes, Credit Suisse; \*valeurs 2015 estimées par Credit Suisse

**Fig. 4: Recettes de TVA par régions gardes-frontière**  
Recettes de TVA issues du trafic touristique privé en Suisse, en mio. CHF



Source: Administration fédérale des douanes, Credit Suisse; \*valeurs 2015 estimées par Credit Suisse

**Achats à l'étranger des Suisses à hauteur de 3.9 mrd CHF pour le segment alimentaire/near-food et de 2.7 mrd CHF pour les vêtements en 2014**

relative à une règle de minimis pour les certificats d'exportation<sup>1</sup>, déjà formulée en 2014, a gagné en soutien en début d'année, tant chez les Suisses que chez les politiciens d'Allemagne du Sud. Alors que la protection des commerçants nationaux primait côté suisse, l'accent était placé sur la réduction de la charge de travail des agents des douanes et la décongestion des infrastructures en Allemagne. En juin 2015, le ministre allemand des Finances Wolfgang Schäuble a néanmoins refusé la mise en place d'une règle de minimis.

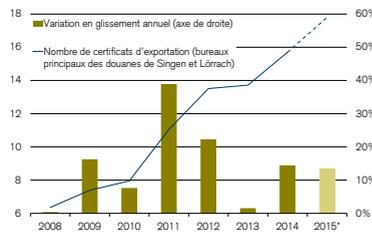
Tant l'enquête menée en 2013 par GfK et la Communauté d'intérêt du commerce de détail suisse (CI CDS) que celle réalisée en 2015 par l'Université de St-Gall ont révélé que les Suisses ont dépensé le plus d'argent à l'étranger dans les segments alimentaire/near-food et vêtements (articles de sport inclus) sur la période 2012-2014. Cela devrait encore avoir été le cas en 2015. Selon l'Université de St-Gall, le montant atteignait 3.9 mrd CHF en 2014 dans le domaine alimentaire/near-food, soit près de 37% du chiffre d'affaires annuel de tous les supermarchés Coop ou 33% de celui cumulé de toutes les Migros MMM, MM et M. Pour les vêtements et articles de sport, il était d'environ 2.7 mrd CHF, ce qui correspond à 3,6 fois le chiffre d'affaires de H&M en Suisse et à entre 20 et 33% du chiffre d'affaires total du commerce de détail de l'habillement helvétique.

**Baisses de prix des détaillants suisses plus rapides qu'en 2010/2011**

Les détaillants suisses ne sont pas restés inactifs après la forte appréciation du franc face à l'euro et ont globalement réagi plus rapidement que dans cette même situation en 2010 et 2011. Alors que l'affermissement progressif du franc avait débuté à l'automne 2010, les deux grands distributeurs n'ont mené une vaste action de baisse des prix qu'à l'été 2011 (fig. 6). En 2015 en revanche, Coop, Migros, Lidl et Interdiscount – entre autres – ont annoncé les réductions quelques jours seulement après l'abandon du cours plancher. Cette première vague portait surtout sur les produits frais (sauf pour Interdiscount), dont la courte durée de conservation simplifie la répercussion des fluctuations de change. S'agissant des produits de marque et des journaux, les négociations avec les fournisseurs ont visiblement été plus compliquées: seul le déréférencement de divers magazines internationaux a ainsi permis à Coop de négocier avec succès et de procéder aux baisses de prix correspondantes à la mi-mars.

**Fig. 5: Certificats d'exportation DE-CH**

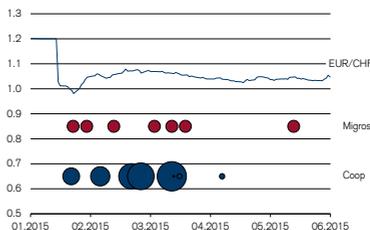
Nombre de certificats d'exportation tamponnés en millions



Source: Bureaux principaux des douanes de Singen et Lörrach, Credit Suisse, \*valeur 2015 estimée par Credit Suisse

**Fig. 6: Baisses de prix de Coop et Migros**

Ligne bleue: cours de change EUR/CHF; cercles: baisses de prix annoncées dans les médias; taille des cercles: nombre de produits concernés par des baisses de prix selon les indications des grands distributeurs (inconnu pour Migros)



Source: Coop, Migros, Banque nationale suisse, Credit Suisse

<sup>1</sup> La règle de minimis aurait défini un seuil minimum de valeur d'achat pour l'obtention d'un certificat d'exportation.

## Conjoncture de la branche en 2015: demande

# Envolée du commerce en ligne en 2015 également

En 2014, la part de chiffre d'affaires réalisé en ligne par le commerce de détail suisse a atteint presque 5 mrd CHF, progressant ainsi à 5,1%. Le commerce en ligne devrait aussi avoir enregistré une forte croissance en 2015.

**Innovations 2015: points de retrait de type drive-in, conseils de style via WhatsApp et tests de transport par drone**

L'année 2015 a été riche en événements pour l'e-commerce. H&M et Tally Weijl ont inauguré leur boutique en ligne suisse. Volg a également initié un projet pilote d'e-commerce. Le service de personal shopping Outfittery et Zalando ont lancé une application gratuite de conseils en style et à la clientèle via WhatsApp. Après avoir ouvert un premier drive-in à Ingolstadt (Allemagne) en 2014, Mediamarkt a implanté le premier de Suisse à St-Gall en juin 2015. Dans ce concept cross-channel, les clients peuvent venir retirer leur commande en ligne dans un drive-in quelques heures après l'avoir passée. D'autres détaillants (entre autres Microspot et Migros) ont également ouvert de nouveaux points de retrait. Au printemps 2015, la Poste a commencé à tester la livraison de colis par drone en collaboration avec Swiss WorldCargo et Matternet, persuadée que l'utilisation commerciale des drones à des fins logistiques sera possible dans quatre ou cinq ans. Ces activités tous azimuts dans le domaine de l'e-commerce devraient s'être traduites par une robuste croissance des chiffres en ligne et de leur part dans les chiffres d'affaires totaux.

**7 mrd CHF dépensés sur Internet par les Suisses en 2014**

Le commerce en ligne avait déjà le vent en poupe en 2014: cette année-là, les consommateurs suisses ont déboursé au total près de 7 mrd CHF sur Internet, dont 5 mrd CHF sont revenus aux e-commerçants et sociétés de vente par correspondance helvétiques et 900 mio. CHF aux e-commerçants étrangers. Environ 1 mrd CHF ont été dépensés sur des bourses d'échange et pour de la marchandise retirée auprès de points de retrait étrangers.

**Croissance de près de 8% du chiffre d'affaires en ligne des commerçants suisses en 2014**

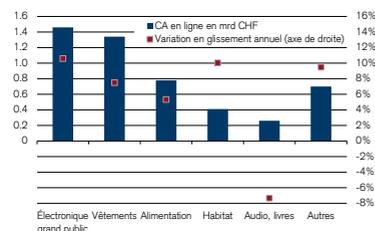
Avec près de 8%, le chiffre d'affaires en ligne des commerçants suisses a ainsi de nouveau nettement progressé en rythme annuel en 2014, alors que les chiffres d'affaires totaux du commerce de détail n'ont augmenté que de 0,6%. Dans l'e-commerce suisse, l'électronique grand public et l'habitat ont signé la plus forte croissance (+11% et +10% par rapport à l'année précédente; fig. 7). Le chiffre d'affaires en ligne du segment audio et livres (CD et DVD inclus) a en revanche sensiblement reculé en 2014 (-7% en glissement annuel), sous l'effet vraisemblablement des offres de streaming gratuites ou bon marché.

**Part de l'e-commerce dans les CA du commerce de détail 2014: 5,1%**

La part de chiffre d'affaires réalisé sur Internet par le commerce de détail est passée de 4,7% à 5,1% entre 2013 et 2014 (fig. 8). La part en ligne atteignait 24% pour l'électronique grand public, 13,6% pour les vêtements et 1,5% pour l'alimentation.

**Fig. 7: Chiffres d'affaires en ligne**

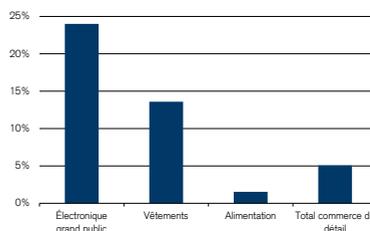
2014, en mrd CHF; variation en glissement annuel, en %



Source: GfK, Credit Suisse

**Fig. 8: Part du chiffre d'affaires réalisée en ligne**

2014, part du chiffre d'affaires réalisée en ligne, en %



Source: GfK, Credit Suisse

## Conjoncture de la branche en 2015: offre dans le segment alimentaire

**Les prix et les chiffres d'affaires nominaux ont baissé dans le segment alimentaire en 2015. Les discounteurs et le format conveniencence ont à nouveau signé une croissance supérieure à la moyenne.**

### Chiffres d'affaires négatifs dans le segment alimentaire/near-food en 2015

Si l'évolution des chiffres d'affaires et des prix est moins négative dans l'alimentaire/near-food que dans le segment non-food, l'année 2015 n'en a pas moins été décevante pour les détaillants alimentaires: les prix ont baissé de 1,1% en rythme annuel et les chiffres d'affaires nominaux de 0,4% (fig. 9).

### Progression des grands distributeurs et discounteurs au détriment des détaillants indépendants

La stagnation des chiffres d'affaires et la pression concurrentielle étrangère renforcée par le tourisme d'achat ont probablement intensifié la rivalité entre les détaillants alimentaires suisses en 2015. À l'instar de l'année précédente, les discounteurs et les grands distributeurs (Coop et Migros) devraient avoir grignoté des parts de marché aux détaillants indépendants. Les discounteurs Denner, Lidl et Aldi ont légèrement accru leurs parts de marché en 2014, tandis que les grands distributeurs les ont maintenues. Celles des détaillants indépendants ont en revanche nettement reculé. Parmi ces derniers, deux exceptions: Volg et Spar qui ont encore renforcé leur position.

### Hausse des chiffres d'affaires de Coop et Migros en 2014

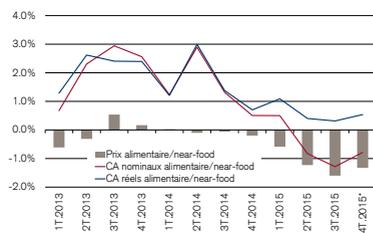
En 2014, les grands distributeurs Coop et Migros ont vu leur chiffre d'affaires progresser sur le segment alimentaire pour la deuxième année consécutive (Coop: +0,6% en rythme annuel; Migros: +1,3%; fig. 10). Alors que Migros a pu maintenir la productivité de ses surfaces (+0,1% par rapport à l'année précédente), Coop a enregistré un repli (-0,7%).

### Migros: investissements dans des centres de santé; Coop: test du concept des rabais personnalisés

En 2015, les deux poids lourds de l'alimentaire ont de nouveau mis sur des axes de développement différents. Migros a renforcé sa présence sur le marché en plein essor de la santé via l'acquisition de centres de santé. Le groupe a en outre lancé le projet pilote SpeedyShop en collaboration avec les CFF et la Poste, permettant aux consommateurs de commander et payer en ligne, puis de retirer leurs achats 30 minutes plus tard aux distributeurs de colis de la Poste à la gare centrale de Zurich. Coop a testé le concept des rabais personnalisés sur son site coop@home, dans lequel un logiciel analyse le comportement d'achat des clients et génère des offres de rabais sur mesure. Le projet a ensuite été abandonné.

**Fig. 9: CA et prix dans le segment alimentaire/near-food**

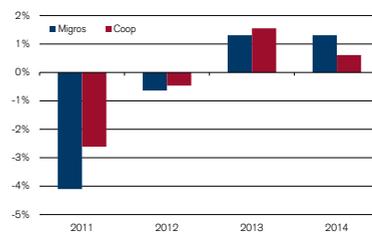
Variation en glissement annuel, en %



Source: GfK, Office fédéral de la statistique, Credit Suisse; \*valeurs estimées par Credit Suisse

**Fig. 10: Chiffres d'affaires alimentaires de Coop et Migros**

Chiffres d'affaires des super- et hypermarchés pour le commerce de détail alimentaire, variation en glissement annuel, en %



Source: GfK, Credit Suisse

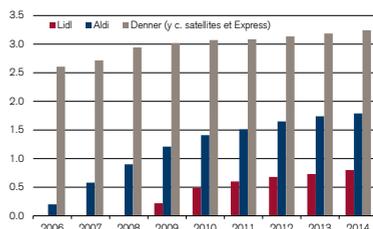
## Conjoncture de la branche en 2015: offre dans le segment alimentaire

### Discounteurs alimentaires: en finir avec le profil classique

Parmi les discounteurs ayant enregistré une croissance supérieure à la moyenne, Lidl s'est démarqué avec une progression de 10% de son chiffre d'affaires en rythme annuel (Aldi +3%, Denner +2%), vraisemblablement grâce à l'extension de 8% de son réseau de points de vente. En 2015, les trois détaillants ont redoublé d'efforts pour se défaire du profil de discounteur classique. Denner et Lidl ont renforcé l'accent sur les produits frais (fruits, légumes et pain) en transformant leurs filiales. Aldi Suisse a entre autres investi dans divers programmes de durabilité.

### Évolution des chiffres d'affaires des discounteurs

En mrd CHF



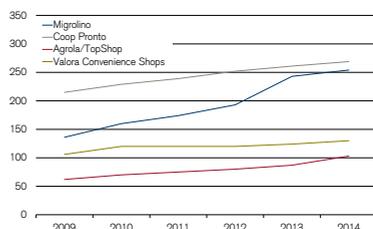
Source: GfK, Credit Suisse

### Convenience: robuste croissance et nouveaux concepts

À l'inverse du commerce de détail alimentaire dans son ensemble, les magasins de convenience ont encore fortement progressé en 2014. Le chiffre d'affaires des Migrolino a augmenté de 15,1% en rythme annuel à 347 mio. CHF, ceux des magasins Coop Pronto de 4,6% à 776 mio. CHF. Avec +4,5%, le réseau de points de vente de Migrolino a ici davantage progressé que celui de Coop Pronto (+3,1%). En 2015, Coop a introduit un nouveau concept convenience avec «Coop to go»; 50 magasins devraient être créés d'ici cinq ans. Dans le domaine convenience, Migros Aare a également lancé un nouveau concept de restauration avec «my way» en 2015.

### Points de vente convenience

Nombre de points de vente



Source: GfK, Credit Suisse

### Fenaco: nouvelle forte croissance

La coopérative Fenaco approvisionne les agriculteurs en intrants et reprend leur production pour la transformer en produits alimentaires, qu'elle commercialise entre autres via ses propres canaux de vente (Landi, Volg, Topshop, Visavis). Rien qu'avec Volg, Fenaco possédait en 2014 une part de marché de près de 4% dans le segment alimentaire/near-food. Les chiffres d'affaires de Fenaco dans le commerce de détail (surtout dans l'alimentaire/near-food et le bricolage/jardinage) ont visiblement augmenté ces dernières années - de plus de 5% en rythme annuel en 2014. La branche commerce de détail de Fenaco a ainsi connu une croissance supérieure à celle du marché alimentaire/near-food et du bricolage/jardinage dans son ensemble (+0,0% cumulés en 2014).

### Chiffre d'affaires de Fenaco dans le commerce de détail

Chiffres d'affaires en mrd CHF; variation en glissement annuel, en %



Source: Fenaco, Credit Suisse

## Conjoncture de la branche en 2015: offre dans le segment non-food

L'année 2015 a été extrêmement difficile pour le segment non-food, avec des prix et des chiffres d'affaires nominaux en net repli. Les vêtements et les soins personnels ont été particulièrement affectés.

### Intensification de l'évolution négative des chiffres d'affaires dans le segment non-food en 2015

Le segment non-food a été durement éprouvé en 2015: les prix ont baissé de 1,8% en rythme annuel et les chiffres d'affaires nominaux de 3,2% (fig. 11). L'évolution négative des chiffres d'affaires nominaux s'est ainsi nettement intensifiée. En 2014, le segment non-food enregistrait encore des chiffres d'affaires en stagnation (-0,3%) sur fond de prix en baisse (-1,5%). La fuite d'une partie du pouvoir d'achat helvétique à l'étranger (via le tourisme d'achat) et sur Internet (p. ex. en faveur de Zalando, dont les chiffres d'affaires en Suisse ne sont pas communiqués et n'entrent donc pas dans les statistiques) a ici laissé des traces.

### Recul des établissements et de l'emploi entre 2011 et 2013

Les défis auxquels le commerce de détail non alimentaire est confronté depuis longtemps se reflètent dans son évolution structurelle. Entre 2011 et 2013, le nombre d'établissements a diminué de 1,5% et les effectifs (en équivalents plein temps) de 2,2% (fig. 12).

### Habillement/chaussures: plus d'établissements, mais moins d'effectifs

Sur cette période, le nombre d'établissements n'a augmenté que dans le principal<sup>2</sup> segment, à savoir les vêtements et chaussures (+0,8%), où les effectifs ont en revanche enregistré une baisse supérieure à la moyenne (-4,0%). Le nombre accru de sites et les effectifs réduits en 2013 par rapport à 2011 signalent une intensification marquée de la concurrence dans ce segment. Outre le progrès technologique, de nouveaux commerçants, un réseau de points de vente plus dense et le déplacement des parts de marché vers le commerce en ligne – moins exigeant en personnel – ont probablement contraint les détaillants stationnaires à des mesures d'amélioration de l'efficacité des coûts et à des réductions d'effectifs.

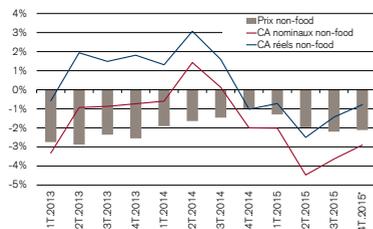
### Montres et bijoux: accroissement des effectifs

La situation est inverse dans le segment des montres et bijoux: entre 2011 et 2013, le nombre d'établissements a diminué de 1,1%, tandis que les effectifs ont progressé de 1,0%. Ici, il semble que l'augmentation des touristes chinois férus de montres dans les hauts lieux touristiques – comme Lucerne et Interlaken – ait eu une influence (Lucerne: +10,3% de nuitées en 2013 par rapport à 2011; Interlaken: +98,7%).

### Plus forte baisse du nombre d'établissements dans l'électronique grand public

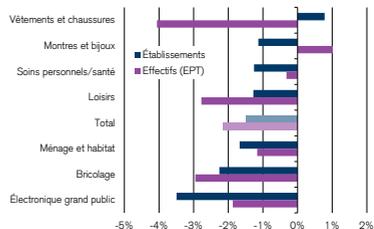
L'électronique grand public a connu la plus forte baisse du nombre de sites (-3,5%) et un net repli de l'emploi (-1,9%), ce qui s'explique probablement par la hausse marquée de la part en ligne et la pression persistante sur les prix.

Fig. 11: Chiffres d'affaires et prix dans le segment non-food  
Variation en glissement annuel, en %



Source: GfK, Office fédéral de la statistique, Credit Suisse; valeurs estimées par Credit Suisse

Fig. 12: Mutation structurelle dans le segment non-food  
Variation en 2013 par rapport à 2011, en %



Source: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse

<sup>2</sup> À l'aune du nombre d'établissements et d'équivalents plein temps.

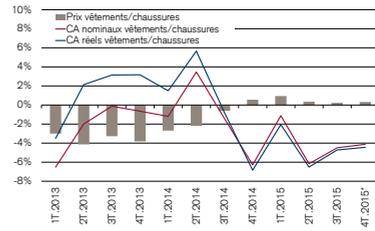
## Conjoncture de la branche en 2015: offre dans le segment non-food

### Net repli des chiffres d'affaires dans l'habillement

Sous l'effet du net recul de la demande, le segment vêtements et chaussures a vu ses chiffres d'affaires nominaux baisser de 3,7% en rythme annuel en 2015 – deuxième repli le plus important dans le non-alimentaire après les soins personnels/santé (-4,4%). Les prix ont enregistré une légère hausse de 0,5%, ce qui peut être interprété comme une stabilisation suite à leur recul parfois marqué entre 2011 et 2014. Cette évolution atone a lourdement pesé sur certains détaillants suisses, comme Companys et Bernie's, qui ont déposé le bilan à la mi-septembre et fin octobre respectivement. Charles Vögele a fait état d'une baisse de 8,6% de son chiffre d'affaires sur le marché suisse au 1<sup>er</sup> semestre 2015.

### Vêtements/chaussures – chiffres d'affaires et prix

Variation en glissement annuel, en %



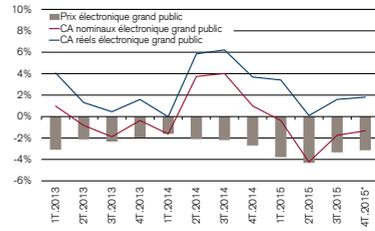
Source: GfK, Office fédéral de la statistique, Credit Suisse; \*valeurs estimées par Credit Suisse

### Rabais les plus importants dans l'électronique grand public

Parmi tous les segments du non-alimentaire, l'électronique grand public a le plus baissé ses prix en glissement annuel en 2015 (-3,7%). En 2014, les prix des produits électroniques étaient identiques voire plus élevés qu'en Suisse dans les pays voisins. La forte appréciation du franc en 2015 a réduit à court terme à néant cette parité de prix. Les rabais consentis en 2015 devraient néanmoins avoir restauré l'attractivité des entreprises suisses dans de nombreux domaines de l'électronique. La demande de produits électronique a solidement progressé (+1,5% par rapport à 2014). Les chiffres d'affaires nominaux ont toutefois baissé de 2,3% en glissement annuel.

### Électronique grand public – chiffres d'affaires et prix

Variation en glissement annuel, en %



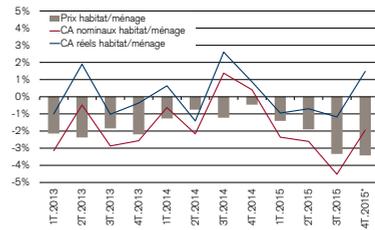
Source: GfK, Office fédéral de la statistique, Credit Suisse; \*valeurs estimées par Credit Suisse

### Tendance négative persistante pour l'habitat/ménage

La tendance négative des dernières années s'est poursuivie en 2015 dans le segment habitat/ménage, avec un repli tant des prix (-2,3%) que des chiffres d'affaires nominaux (-2,9%). Outre la pression persistante sur les prix, le segment a dû faire face à un recul de la demande, jusqu'alors relativement robuste (-0,5%), vraisemblablement sous l'effet de l'appréciation du franc et du rebond consécutif du tourisme d'achat, de la diminution de l'immigration nette (-10% par rapport à 2014) et du tassement dans la construction de logements. Suite à ces évolutions, le groupe français Conforama a fermé ses filiales Fly suisses début 2015.

### Habitat/ménage – chiffres d'affaires et prix

Variation en glissement annuel, en %



Source: GfK, Office fédéral de la statistique, Credit Suisse; \*valeurs estimées par Credit Suisse

## Internationalité des biens de consommation

**La forte intégration internationale de l'économie et de la population suisses déteint sur les fournisseurs, les employés et les produits dans le commerce de détail helvétique.**

### La Suisse affiche une intégration internationale importante

L'internationalité de l'économie, la politique et la société s'est nettement accrue ces dernières décennies. Ceci est particulièrement vrai pour la Suisse – petite et pauvre en ressources, donc très tributaire des échanges avec d'autres pays. Le taux d'ouverture de la Suisse, qui mesure l'intégration internationale à l'aide des importations et des exportations, a nettement augmenté ces trente dernières années pour atteindre aujourd'hui plus de 50% du PIB (fig. 13). En comparaison internationale, la Suisse fait ainsi partie des économies très ouvertes, ce qui se reflète dans les interdépendances financières. En 2013, les entreprises helvétiques ont opéré des investissements directs à l'étranger à hauteur de 31.5 mrd CHF. Leur stock de capital à l'étranger se montait à 1073 mrd CHF, contre 688 mrd CHF pour celui des sociétés étrangères en Suisse.

### Un quart de la population résidente suisse est étrangère

La population suisse est aussi internationalisée: un quart des personnes résidant en Suisse sont de nationalité étrangère. Par ailleurs, les personnes domiciliées en Suisse (âgées de plus six ans) ont en moyenne effectué trois voyages avec nuitées en 2013, à l'étranger pour 61% d'entre elles (fig. 14). Comme déjà mentionné dans le chapitre «Tourisme d'achat», les achats à l'étranger ont de plus le vent en poupe.

### Le commerce de détail est aussi international

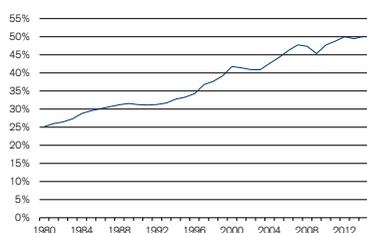
L'intégration internationale de l'économie et de la population suisses ainsi que les investissements directs à l'échelle mondiale des entreprises se répercutent sur le commerce de détail. De nombreux détaillants internationaux comptent parmi les fournisseurs, dont les deux Suédois H&M et IKEA, l'Espagnol Zara ou les Allemands Mediamarkt, Aldi et Lidl. Outre la population résidente suisse, ce sont aussi un quart des salariés actifs dans le commerce qui sont d'origine étrangère. Un autre exemple de l'internationalité du commerce de détail est à rechercher sur Internet: dans leurs magasins en ligne, Migros et Coop proposent par exemple plus de 300 spécialités asiatiques, mexicaines, d'Europe de l'Est et britanniques.

### Données détaillées et calculs relatifs à l'internationalité du commerce de détail

Sur fond d'appréciation marquée du franc en 2010/2011 et 2015, cette internationalité du commerce de détail et les comparaisons avec les fournisseurs étrangers ont marqué le débat public. Les chapitres suivants reprennent systématiquement ce débat et contiennent des données détaillées sur l'internationalité du commerce de détail et l'impact sur les dépenses des ménages suisses d'une appréciation du franc face à l'euro.

**Fig. 13: Taux d'ouverture de la Suisse**

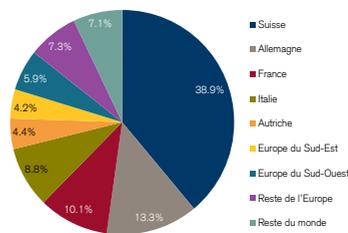
Somme des importations et exportations divisée par deux fois le PIB



Source: Office fédéral de la statistique, Secrétariat d'État à l'économie, Credit Suisse

**Fig. 14: Destinations de voyage des Suisses**

Part des destinations dans le total des voyages avec nuitées des Suisses, en %



Source: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse

## Internationalité des biens de consommation

# Internationalité de la production à la vente

**21% des dépenses des ménages suisses consacrées à l'alimentation s'écoulent à l'étranger, contre 22% pour les meubles et 43% pour l'habillement.**

**Internationalité complexe de la chaîne de création de valeur**

L'internationalité du commerce de détail et de la consommation ne se résume pas à la présence de quelques produits étrangers dans les rayons et aux achats à l'étranger des consommateurs. Même les biens produits en Suisse – certes dans une moindre mesure – ont une part de valeur ajoutée étrangère. Des intrants étrangers entrent en effet souvent dans leur fabrication: directement si le fournisseur d'un produit semi-fini ou d'une prestation est étranger et indirectement si le fournisseur est suisse mais s'approvisionne en intrants auprès de distributeurs étrangers. Pour que les produits puissent être proposés dans les commerces, d'autres acteurs (entreprises de transport, grossistes, prestataires financiers, détaillants, etc.) entrent en jeu, qui peuvent aussi être étrangers ou se fournir auprès de distributeurs étrangers.

**Le tableau input-output illustre l'internationalité des biens de consommation en Suisse**

Ces interdépendances mondiales complexes peuvent être illustrées – quoique de manière très simplifiée – au moyen du tableau input-output 2011 de l'Office fédéral de la statistique. Celui-ci montre le volume d'intrants qu'une branche doit se procurer auprès d'autres pour la production d'un bien, la proportion de ce bien fabriquée en Suisse, la part d'importation ainsi que les branches et clients finaux auxquels il est vendu. Dans le commerce de détail, d'importantes différences s'observent entre segments s'agissant de l'internationalité de la chaîne de création de valeur. Les segments de l'alimentaire, de l'habillement et des meubles sont abordés individuellement dans ce qui suit.

### **Interaction entre commerce de détail, commerce de gros et industrie**

Définitions utilisées dans le chapitre «Internationalité des biens de consommation»:

#### **Commerce de détail**

Commerce ou mise à disposition par les entreprises de points de vente à l'intention des consommateurs.

#### **Commerce de gros**

Commerce des entreprises avec l'industrie et le commerce de détail ainsi que transport des biens.

#### **Industrie (alimentaire, habillement, meubles)**

Fabrication de produits.

#### **Part d'importation**

La valeur de production totale d'un bien ou d'un service en Suisse représente la somme de la production des entreprises helvétiques et des importations. La part d'importation correspond à la proportion d'importations dans la valeur de production totale.

#### **Dépenses des ménages pour un produit**

Si un ménage achète un produit 1 CHF auprès d'un détaillant, ce dernier perçoit un montant de 1 CHF, sur lequel il paie les salaires, les bénéfices, les intrants fournis par d'autres branches, le transport du bien par le grossiste et sa fabrication par l'industrie.

**Industrie, commerce de détail et de gros: principaux bénéficiaires des dépenses alimentaires des ménages**

Selon le tableau input-output, les ménages suisses ont dépensé près de 40 mrd CHF en produits alimentaires, boissons et tabacs en 2011. Ce montant a bénéficié principalement à trois branches: l'industrie alimentaire, le commerce de gros et le commerce de détail (cf. encadré p. 18). Lorsqu'un ménage achète un produit alimentaire 1 CHF, en moyenne 58 centimes reviennent aux producteurs et à l'agriculture (fig. 15), 17 centimes au grossiste (en premier lieu pour le transport) et 25 centimes au détaillant (principalement pour des prestations commerciales).

**1% des prestations des détaillants et 2% de celles des grossistes proviennent de fournisseurs étrangers**

Dans le commerce de détail alimentaire, l'internationalité de la chaîne de création de valeur s'observe «top-down», c.-à-d. des grossistes et détaillants aux producteurs. 1% des prestations de commerce de détail proviennent de fournisseurs à l'étranger (fig. 15). Les fournisseurs internationaux peuvent par exemple être des commerçants étrangers, qui proposent leurs produits à la vente en Suisse à l'occasion de foires, ou des e-commerçants d'autres pays. Les fournisseurs étrangers représentent environ 2% dans le commerce de gros. La faible part de grossistes et détaillants étrangers s'explique par le fait que le transport et la vente sont des activités en général ancrées localement. Il semble cependant que le tableau input-output 2011 sous-estime quelque peu la part actuelle des fournisseurs étrangers dans les prestations des détaillants et grossistes, laquelle devrait avoir augmenté au vu de l'importance croissante des achats transfrontaliers (stationnaires et en ligne) des Suisses.

**Les prestations des détaillants helvétiques sont à 97% suisses**

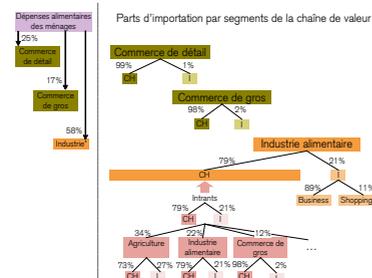
Les prestations fournies par les détaillants et grossistes suisses sont aussi internationales dans une certaine mesure – surtout indirectement via les intrants. Les détaillants acquièrent la plupart des intrants auprès de bailleurs et de courtiers (immobilier: 37% du total des intrants) ainsi que de prestataires indépendants et techniques (15%, fig. 16), entre autres des conseillers juridiques (importants lors de la conclusion de contrats), des architectes et des ingénieurs (importants pour la conception de points de vente). Le transport terrestre (31% des intrants) et les grossistes eux-mêmes (13%) comptent parmi les principaux fournisseurs du commerce de gros. Ces prestations étant parfois très ancrées localement, peu sont importées: la part d'importation des intrants s'élève à 12% dans le commerce de détail et à 13% dans le commerce de gros. Les intrants représentent 29% de la valeur de production dans le commerce de détail et 51% dans le commerce de gros, la création de valeur (a priori purement suisse) respectivement 71% et 49%. Selon le tableau input-output, les prestations fournies par les détaillants et grossistes helvétiques sont par conséquent à 97% respectivement 93% suisses.

**Denrées alimentaires consommées par les ménages suisses importées à hauteur de 21%**

La production est nettement plus internationalisée que le commerce de gros et de détail. Près de 79% des denrées alimentaires consommées par les ménages suisses sont produites par des entreprises helvétiques et quelque 21% sont importées (fig. 15). Les importations englobent également les achats alimentaires effectués à l'étranger par les Suisses (tourisme d'achat).

**Fig. 15: Internationalité des produits alimentaires**

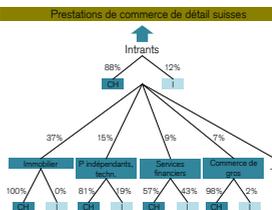
Parts d'importation par segments de la chaîne de valeur, 2011; I = importations; CH = Suisse



Source: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse; Industrie alimentaire et agriculture

**Fig. 16: Internationalité du commerce de détail**

Parts d'importation par segments de la chaîne de valeur, 2011; I = importations; CH = Suisse; P = prestataires



Source: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse

Selon les enquêtes menées par GfK, la CI CDS et la HSG, les achats à l'étranger des ménages suisses représentaient environ 11% des importations de produits alimentaires en 2011.

**Les producteurs alimentaires suisses acquièrent 20% de leurs intrants à l'étranger**

L'industrie alimentaire s'approvisionne en intrants principalement auprès de l'agriculture, d'autres producteurs de la branche et du commerce de gros (transport). Ces intrants étant moins ancrés localement que pour le commerce de gros/détail, leur part d'importation est un peu plus élevée: 79% des intrants sont suisses, 21% sont importés. Comme les intrants de l'industrie alimentaire représentent près de 70% de la valeur de production, les denrées produites par les entreprises helvétiques sont à 86% suisses.

**21% des dépenses alimentaires des ménages reviennent à des commerçants, producteurs et fournisseurs étrangers**

Si l'on additionne les parts d'importation des différents segments de la chaîne de valeur (commerce de gros/détail et production) et que l'on pondère ces derniers par leur part dans les dépenses alimentaires des ménages, il en découle que 21% des dépenses sont consacrés à des biens et services importés. Un aperçu des hypothèses simplifiées sur lesquelles repose cette estimation est disponible à la fin de l'étude en page 38.

**Habillement et meubles: les importations représentent 43% et 22% des dépenses des ménages**

Des calculs similaires peuvent être effectués pour les segments textiles/vêtements et meubles (fig. 17 et 18). Au total, près de 43% des dépenses des ménages en textiles et vêtements sont consacrés à des biens et services importés, contre environ 22% pour les meubles. Ces parts se révèlent donc plus importantes que pour les denrées alimentaires. Cela étant, une grande partie des dépenses des ménages revient à des commerçants et fabricants helvétiques dans les trois segments, ce qui signifie que la valeur ajoutée des produits alimentaires, vêtements et meubles est générée majoritairement en Suisse.

**Part d'importation plus importante pour les vêtements et meubles que pour les produits alimentaires**

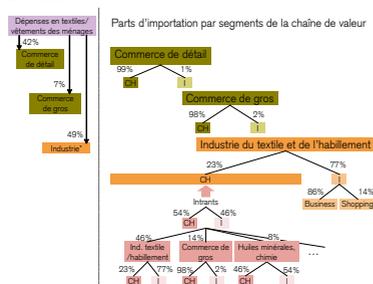
L'internationalité plus importante de ces deux segments (légèrement dans le cas des meubles) s'explique par la part d'importation élevée à l'échelle de la production qui, à 53% (dont 8% imputables au tourisme d'achat) pour les meubles et 77% (tourisme d'achat: 14%) pour les vêtements, est nettement supérieure à celle des denrées alimentaires (21%). Cela est sans doute attribuable à l'intégration internationale plus faible de l'industrie alimentaire, aux structures de marché différentes dans les branches productrices et aux tendances en matière de consommation.

**Industrie alimentaire: agriculture protégée et puissante industrie propre des grands distributeurs**

La part relativement réduite de produits alimentaires importés s'explique en partie par les obstacles à l'importation. Des droits de douane élevés sont ainsi souvent prélevés sur les denrées alimentaires (viande p. ex.) et les produits agricoles restent exclus de beaucoup d'accords de libre-échange conclus entre la Suisse et ses partenaires. Il en résulte que l'importation de nombreux produits agricoles et alimentaires est soumise à des contingents tarifaires ou nécessite

**Fig. 17: Internationalité des textiles et vêtements**

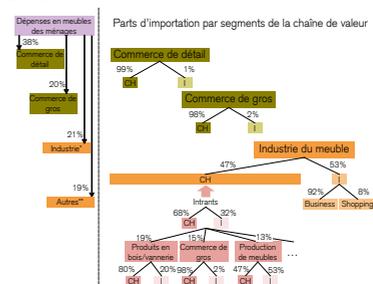
Parts d'importation par segments de la chaîne de valeur, 2011; I = importations; CH = Suisse



Sources: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse; \*Industrie de l'habillement

**Fig. 18: Internationalité des meubles**

Parts d'importation par segments de la chaîne de valeur, 2011; I = importations; CH = Suisse



Sources: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse; \*Industrie du meuble; \*\*Industries du bois, des métaux, du verre, de la céramique, etc.

une autorisation de l'Office fédéral de l'agriculture.<sup>3</sup> Par ailleurs, les deux détaillants alimentaires leaders du marché Migros et Coop possèdent leurs propres industries de production alimentaire, fortement ancrées en Suisse. Les produits régionaux sont en outre très tendance auprès des consommateurs helvétiques, ce qui joue en faveur des fabricants nationaux.

**La concurrence étrangère est féroce dans les industries du vêtement et du meuble**

L'industrie suisse du textile et de l'habillement est très modeste et ne peut plus couvrir les besoins du pays. Au cours des dernières décennies, elle n'est guère parvenue à maintenir sa compétitivité en termes de prix face à la concurrence étrangère, du moins sur le front de la production de masse. Par conséquent, elle sert surtout des marchés de niche aujourd'hui (la dentelle de St-Gall est par exemple utilisée dans la haute couture). L'industrie du meuble est aussi fortement exposée à la concurrence internationale, ce qui s'explique probablement par la structure du marché. Avec IKEA et Conforama, deux des trois principaux marchands de meubles (à l'aune du chiffre d'affaires) implantés en Suisse se procurent leurs produits principalement à l'étranger. Les deux enseignes génèrent un chiffre d'affaires cumulé correspondant au double de celui de Pfister, deuxième marchand de meubles suisse, qui commande une plus grande part de ses produits auprès de producteurs nationaux.

**Les vêtements et meubles fabriqués par les producteurs suisses sont plus internationaux que les denrées alimentaires helvétiques**

Les vêtements et meubles fabriqués par les producteurs suisses sont – à l'aune de l'origine géographique de leurs intrants – plus internationaux que les denrées alimentaires helvétiques. Comme le montrent les figures 17 et 18, la part d'intrants importés s'établit à 46% pour les textiles et vêtements et à 32% pour les meubles. Il en découle que les textiles et vêtements fabriqués par les producteurs nationaux sont suisses à 70%, contre 81% pour les meubles.

<sup>3</sup> Si un importateur dépasse son contingent tarifaire, il doit payer un tarif douanier au taux hors contingent nettement supérieur sur l'excédent.

## Internationalité des biens de consommation

# «Brands go Retail»: tendances dans la relation producteur/commerçant

Les fabricants recourent de plus en plus à la vente directe, surtout dans les segments habillement, articles sportifs et électronique de loisirs. En Suisse, 60% des fabricants disposent d'un réseau de vente directe.

**De plus en plus de fabricants disposent d'un réseau de vente directe**

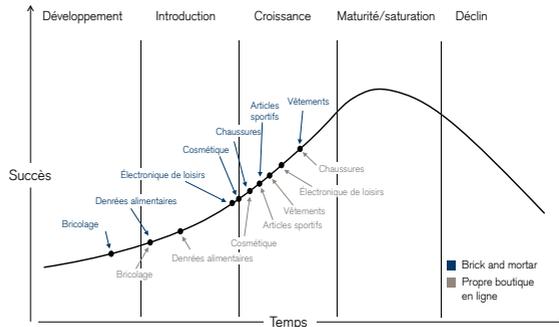
Sur les marchés développés, la chaîne de distribution classique subit des changements durables dus à divers facteurs, comme la fidélité de la clientèle en recul ou la tendance à la concentration dans le commerce. En quête de contact direct avec les clients finaux, de plus en plus de fournisseurs de biens de consommation et d'articles de marque pratiquent la vente directe en complément de la distribution via les grossistes/détaillants. Cette évolution peut-elle remettre en question le modèle de rôles classique au sein de la chaîne de création de valeur à moyen terme? Le groupe Ebeltoft<sup>4</sup> a récemment analysé les processus d'innovation et de transformation chez les producteurs. La figure 19 regroupe des pays dont la structure du commerce est comparable à celle de la Suisse.<sup>5</sup>

**Les segments habillement, articles sportifs et électronique de loisirs recourent le plus à la vente directe**

Globalement, les efforts de vente directe au consommateur sont le plus souvent déployés dans les segments mode, chaussures, articles sportifs et électronique de loisirs. Jack Wolfskin, Hilfiger, Levi's, Boss, Adidas, North Face ou encore Camper en sont des exemples. Dans les pays analysés, les mesures dans ce domaine se trouvent en phase de croissance – tant en ligne qu'en boutique pour la mode, les chaussures et les articles sportifs. Par rapport aux autres pays, les initiatives «brick and mortar» (ou briques et mortier)<sup>6</sup> sont les plus avancées en Angleterre et à Singapour, suivis des États-Unis, de l'Irlande et de l'Allemagne. Dans le format stationnaire, le modèle commercial des magasins détenus/exploités en propre est favorisé, suivi du franchisage au moyen de licences correspondantes. Les co-entreprises (joint ventures) sont par contre moins prisées, surtout en raison de leur grande complexité. S'agissant des boutiques en ligne,

**Fig. 19: Cycle de vie de la vente directe des producteurs internationaux**

Évaluation par des experts du stade de développement de la vente directe dans divers segments du commerce de détail, sur la base des résultats pour les pays suivants: Danemark, Allemagne, Angleterre, France, Italie, Irlande, Pays-Bas, Portugal, Espagne, États-Unis, Canada et Singapour



Source: Ebeltoft Group International Retail Experts

<sup>4</sup> Ebeltoft Group International Retail Experts.

<sup>5</sup> Analyse menée dans 20 pays en août/septembre 2015.

<sup>6</sup> Désigne le commerce stationnaire.

**60% des fabricants suisses interrogés disposent d'un réseau de vente directe**

**La vente directe est surtout pratiquée à des fins de promotion de l'image, de contact direct avec la clientèle et de mise en valeur des produits**

**La part de la vente directe dans le chiffre d'affaires diffère en fonction du canal de distribution**

**Encore en développement, la vente directe est appelée à concurrencer davantage le commerce de détail/de gros à moyen terme**

les plateformes de vente B2C sont largement établies en Angleterre, en Allemagne, aux États-Unis et en Irlande et sont donc utilisées par un nombre toujours croissant de commerçants.

À l'heure actuelle, 40% des 110 fournisseurs interrogés dans toute la Suisse proposent leurs produits aux clients finaux uniquement indirectement via un détaillant. Tous les autres vendent aussi leurs articles directement, surtout par le biais d'une boutique en ligne en propre (35%; fig. 20). Seule une minorité recourt à ou envisage l'exploitation en propre d'un commerce stationnaire, aussi bien dans l'immédiat qu'à l'avenir. La situation est opposée à l'étranger, où le concept «brick and mortar» est plus développé que l'e-commerce.

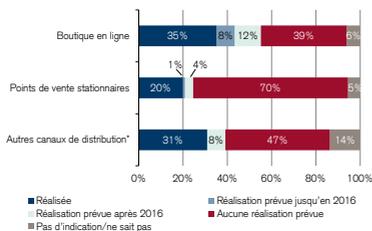
Grâce à la vente directe, les fabricants espèrent bénéficier – à l'échelle tant nationale qu'internationale – d'effets positifs en termes d'image et de marque ainsi que d'un meilleur accès aux utilisateurs de leurs produits (fig. 21). Nombre d'entreprises placent aussi l'accent sur l'expérience client via la mise en valeur (exclusive) des produits comme elles l'entendent. Fait notable, la perspective d'accroître les chiffres d'affaires et les marges semble revêtir moins d'importance pour les décideurs helvétiques qu'à l'étranger, tout comme la vente d'articles non disponibles dans le commerce. Étonnement, la collecte de données relatives aux consommateurs n'est pas prioritaire dans la vente directe, surtout en Suisse, alors que le dialogue direct avec les clients qui en découle pourrait apporter de précieuses connaissances sur ceux-ci.

Les parts de chiffres d'affaires réalisées grâce à la vente directe sont très variables en Suisse et s'établissent pour l'heure en moyenne à 3,8% pour les e-boutiques en propre et à 9,1% pour le commerce stationnaire. Fait intéressant, les parts cumulées des chiffres d'affaires moyens actuellement réalisés coïncident avec la valeur de 12% considérée comme justifiée par le commerce concernant l'ensemble du portefeuille de distribution d'un producteur.

Les résultats montrent clairement que les activités de vente au détail de l'industrie sont majoritairement en développement et l'on ne peut pas encore parler de saturation. D'un autre côté, les projets à cet égard des fabricants et la croissance anticipée de la vente directe suggèrent que le moment viendra où les activités menées aux deux niveaux – en particulier du point de vue du commerce – seront non seulement complémentaires, mais vont se concurrencer voire se cannibaliser. Même si la conception traditionnelle des rôles ne sera pas radicalement modifiée dans un avenir proche, les relations et la collaboration entre les acteurs du marché s'en trouveront assurément de plus en plus remises en question.

**Fig. 20: Mesures de vente directe des fabricants**

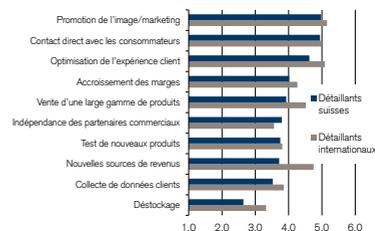
Fabricants suisses; part des réponses en %; n=110



Source: Fuhrer & Holtz; \*p. ex. foires, commandes écrites ou téléphoniques

**Fig. 21: Objectifs de la vente directe**

Moyenne des réponses (1 = ne correspond pas à notre objectif; 6 = correspond tout à fait à notre objectif); n=76



Source: Ebeltoft Group International Retail Experts, Fuhrer & Holtz

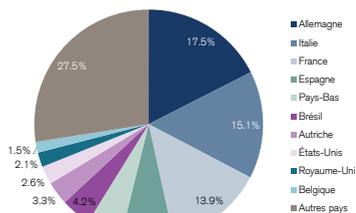
## Internationalité des biens de consommation

### Les importations alimentaires suisses dépendent de l'UE

Les denrées alimentaires importées proviennent principalement de l'UE-15 – Allemagne en tête – ainsi que des États-Unis et du Brésil (ensemble 73% du total des importations). La majeure partie des denrées importées d'Allemagne se compose de produits à base de chocolat (8%) et de produits de boulangerie (6%). Des huiles et matières grasses ainsi que des volailles et des jus de fruits sont principalement importés du Brésil. Les importations en provenance des États-Unis comprennent également des huiles et matières grasses (14%), mais aussi du vin (13%) et des plats préparés (9%).

### Importations de produits alimentaires

Importations par pays en % (moyenne 2012-2014)



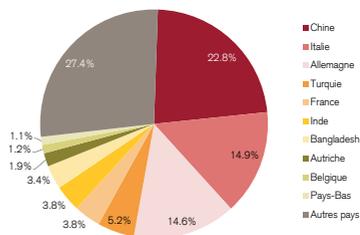
Source: Administration fédérale des douanes, Credit Suisse

### CN, IT, DE: 52% des importations de textiles/vêtements

52% des textiles et vêtements importés proviennent de Chine, d'Italie et d'Allemagne. Ici, la valeur des importations de vêtements d'Allemagne (chaussures principalement) et d'Italie (chaussures et sacs pour l'essentiel) cumulées est à peu près identique à celle de la Chine. Cette dernière joue en revanche un rôle secondaire par rapport aux deux pays de l'UE s'agissant des importations de textiles (p. ex. tissus, fils, linge de lit et de maison). Les textiles importés d'Allemagne et d'Italie comportent surtout du linge de lit et de maison et des fils respectivement.

### Importations de textiles et vêtements

Importations par pays en % (moyenne 2012-2014)



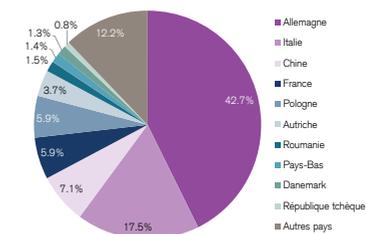
Source: Administration fédérale des douanes, Credit Suisse

### Allemagne: 43% des importations de meubles

Les meubles importés en Suisse sont essentiellement originaires des pays voisins, de Chine et d'Europe de l'Est. 88% du total des importations de meubles proviennent des dix principaux pays d'origine. Parmi ceux-ci, l'Allemagne arrive de loin en tête (43% des importations suisses), surtout pour les meubles de bureau, de magasin, de cuisine et de salle de bains. Il semble que les marchands de meubles leaders sur le marché suisse jouent un rôle majeur s'agissant de l'importance des pays d'origine. IKEA – le plus grand marchand de meubles de Suisse – se procure par exemple près de 25% de ses meubles en Chine et 18% en Pologne.

### Importations de meubles

Importations par pays en % (moyenne 2012-2014)



Source: Administration fédérale des douanes, Credit Suisse

## Internationalité des biens de consommation

# Causes des écarts de prix internationaux

**En Suisse, les prix à la consommation sont nettement plus élevés que ceux pratiqués dans les principaux pays d'origine des importations. En cause: les coûts du travail et les loyers.**

### Le commerce de détail suisse en comparaison internationale

Comme l'a montré le chapitre précédent, une part considérable des biens de consommation est importée, notamment dans le domaine de l'habillement (77%). Grâce à Internet, le consommateur final n'a aucun mal à rechercher ces produits ou des articles similaires à l'étranger, à comparer avec l'offre disponible en Suisse et, le cas échéant, à faire ses achats à l'extérieur du pays. Et les nombreux achats à l'étranger de la population helvétique en témoignent. Dans ce cadre, le commerce de détail suisse doit, bon gré mal gré, souffrir la comparaison avec la concurrence internationale. Les débats autour des écarts de prix observés et de la répercussion des avantages de change prennent parfois des formes assez virulentes. Une analyse plus poussée de l'origine de ces disparités fait bien souvent défaut. Le présent chapitre étudie les causes des écarts de prix internationaux.

### Denrées alimentaires et meubles européens, vêtements chinois, allemands et italiens

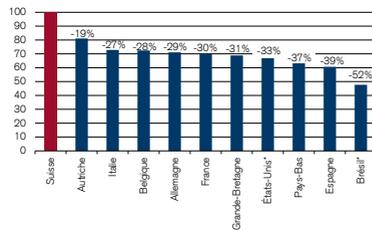
Pour déterminer les causes des écarts de prix, nous identifions dans une première étape les principaux pays d'origine des importations suisses de denrées alimentaires, vêtements et meubles (à l'aune des importations totales). Les classements respectifs figurent à la page précédente. Le pays d'origine s'entend ici comme le lieu où le bien est produit ou transformé principalement. Pour résumer, les denrées alimentaires importées proviennent essentiellement d'Europe, les textiles et vêtements de Chine, d'Italie et d'Allemagne et les meubles d'Allemagne et d'Europe de l'Est.

### Prix à la consommation des denrées alimentaires plus bas de 31% dans les principaux pays d'origine

Dans une deuxième étape, nous représentons les prix à la consommation spécifiques aux différents pays – prix à la production plus coûts du transport, marges commerciales et impôts – à l'aide d'indices de comparaison (fig. 22-24). Ces derniers permettent de comparer les prix à la consommation des différents pays en tenant compte des monnaies respectives. En 2014, les prix à la consommation des denrées alimentaires dans les principaux pays européens d'origine des importations suisses représentaient en moyenne 69% (pondérés par la part spécifique du pays dans les importations totales) des prix à la consommation helvétiques. Ces écarts de prix s'accroissent aux Pays-Bas, en Espagne et au Brésil, où les niveaux sont inférieurs de 37%, 39% et 52% respectivement à ceux observés en Suisse (fig. 22).

**Fig. 22: Indices de niveau des prix des denrées alimentaires**

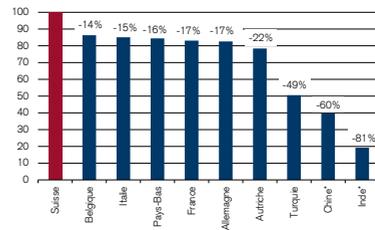
Indices de comparaison du niveau des prix des denrées alimentaires et boissons non alcoolisées 2014; Suisse = 100



Source: Eurostat, Credit Suisse; \*Indice du niveau général des prix selon l'OCDE

**Fig. 23 Indices de niveau des prix des vêtements et chaussures**

Indices de comparaison du niveau des prix des vêtements et chaussures 2014; Suisse = 100



Source: Eurostat, OCDE, Credit Suisse; \*Indice du niveau général des prix selon l'OCDE

**Prix à la consommation internationaux des vêtements et meubles: 38% et 26% inférieurs au niveau suisse**

Les disparités sont plus marquées dans l'habillement, où les prix dans les principaux pays d'origine<sup>7</sup> pour 2014 se sont en moyenne révélés inférieurs de 38% (pondérés) à ceux pratiqués en Suisse. Cet écart est principalement attribuable à la Chine et à l'Inde (fig. 23), dont la part cumulée dans les importations helvétiques de textiles et vêtements s'élevait à 27% en 2014. Les prix à la consommation des meubles étaient quant à eux inférieurs de 26% au niveau suisse en moyenne pondérée. Si 16% des meubles importés proviennent de Chine, de Pologne, de Roumanie et de République tchèque, où les prix à la consommation atteignent tout juste 52% (moyenne pondérée) des niveaux suisses (fig. 24), pas moins de 42% des meubles sont originaires d'Allemagne, où le niveau des prix à la consommation n'est que 20% inférieur à celui observé dans notre pays.

**Coûts du travail: important motif à l'origine des écarts de frais de fabrication**

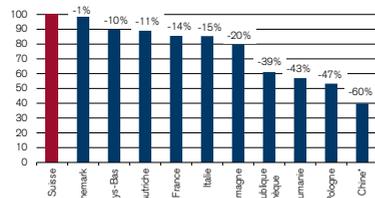
Les écarts sur le front des prix à la consommation découlent des différences en termes de niveaux d'imposition (et notamment de TVA), de marges commerciales, de coûts du transport et de prix à la production. Au niveau de ces derniers (coûts de fabrication plus coûts du transport, rabais, garanties et prestations de services), les coûts du travail différents jouent un rôle majeur, notamment dans les industries du textile et du meuble. Selon l'Office fédéral de la statistique, les charges de personnel représentent en effet environ un tiers du chiffre d'affaires des entreprises suisses de ces deux secteurs.<sup>8</sup> Les disparités en matière de coût par heure de travail ou par produit dépendent ici non seulement des écarts de salaires à l'échelle internationale, mais aussi du nombre de salariés entrant dans la fabrication. Les producteurs obtenant sans problème d'importants crédits d'équipement ou d'exploitation utiliseront ainsi souvent davantage de machines et moins de main-d'œuvre que ceux qui n'ont pratiquement pas accès au crédit, mais peuvent embaucher des salariés à des conditions avantageuses.

**Fortes disparités s'agissant des coûts du travail en comparaison internationale**

Sur le front des coûts du travail dans l'industrie (salaires bruts et contributions sociales des employeurs), les écarts entre pays sont effectivement importants (fig. 25). Entre 2010 et 2013, un salarié employé dans l'industrie helvétique coûtait en moyenne 56 CHF (brut) par heure de travail effectuée – soit 4 CHF de moins que la Norvège, mais respectivement 19 CHF et 22 CHF de plus que la moyenne de l'UE15 et les États-Unis. Les différences avec la Chine et l'Inde se révèlent considérables. Dans ces pays, un salarié industriel coûte quelque 2 CHF par heure, soit 30 fois moins que son homologue suisse. En comparaison internationale, les coûts du travail sont également très faibles en République tchèque, en Pologne et au Brésil, où ils atteignent entre un cinquième et un septième du niveau suisse. Les écarts internationaux marqués en matière de coûts du travail dans l'industrie contribuent sans doute également aux différences de prix à la production des denrées alimentaires, même si les charges de personnel dans le chiffre d'affaires sont ici moins élevées que dans le textile et les meubles, avec 20%.

**Fig. 24: Indices de niveau des prix des meubles**

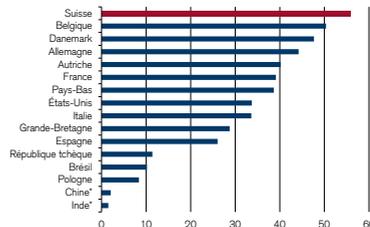
Indice de comparaison du niveau des prix du mobilier, des objets d'équipements et articles ménagers 2014; Suisse = 100



Source: Eurostat, OCDE, Credit Suisse; \*indice du niveau général des prix selon l'OCDE

**Fig. 25: Coûts du travail dans l'industrie**

Coût par heure de travail en CHF (brut); moyenne 2010-2013



Source: U.S. Conference Board (International Labor Comparisons), Credit Suisse; \*valeurs 2010

<sup>7</sup> Sans le Bangladesh pour cause d'absence de données.

<sup>8</sup> Chiffres de l'année 2013.

**Productivité du travail, niveau général des prix et partenaires sociaux – facteurs influant sur les coûts du travail**

La productivité du travail propre à un pays, c.-à-d. la production par heure de travail effectuée, ainsi que le niveau général des prix sont deux facteurs importants expliquant les disparités internationales sur le front des coûts du travail. La structure industrielle spécifique au pays peut également contribuer aux écarts de salaires observés. La chimie et l'industrie pharmaceutique ainsi que l'électronique et les instruments de précision affichent ainsi des salaires moyens supérieurs à d'autres branches du fait de la forte part de main-d'œuvre qualifiée dans les effectifs. Si de tels secteurs sont plus présents dans un pays, le salaire moyen a donc tendance à être plus élevé qu'ailleurs. L'interaction entre les partenaires sociaux (notamment les organisations patronales et salariales) de même que le niveau des contributions sociales ont aussi un impact sur les coûts généraux du travail dans un pays.

**Capital plutôt bon marché en Suisse**

À l'opposé, le coût du capital est plutôt bon marché dans notre pays. Les taux réels des crédits octroyés par les banques aux clients à crédibilité élevée (généralement des grandes entreprises) ces dernières années se révèlent en effet nettement inférieurs à la moyenne constatée dans les principaux pays d'origine (moyenne suisse 2013-2014: 2,9%). C'est en Autriche (0,6%) et en Allemagne (0,8%) que les taux réels étaient les plus bas. Avec 23,5%, les taux réels au Brésil étaient en revanche huit fois supérieurs à ceux enregistrés en Suisse, contre trois fois en Espagne et deux fois au Bangladesh et en Pologne. Cela dit, la part du coût du capital dans la valeur de production dans les trois industries et le commerce est relativement faible dans les pays de l'UE-25, rendant l'avantage suisse négligeable.<sup>9</sup>

**Prix des intrants et qualité également importants pour les prix à la production**

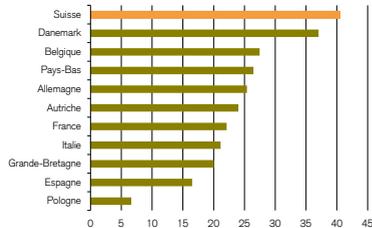
Les prix élevés à la production dans notre pays découlent bien entendu aussi d'autres facteurs. Les intrants locaux – comme le lait suisse pour la fabrication de yaourts suisses ou les prestations de transport – sont en eux-mêmes souvent nettement plus chers que leurs équivalents dans les principaux pays d'origine européens. La qualité des produits et donc les coûts liés à leur production peuvent en outre sensiblement différer d'un pays à l'autre. Certaines disparités dans les marges bénéficiaires (part des bénéfices nets dans le chiffre d'affaires) sont également observables.

**Impact des coûts du travail moins important sur les marges que sur les prix à la production**

Les coûts du travail exercent sans doute moins d'influence sur les disparités internationales en matière de marges commerciales que sur les écarts de prix à la production. Selon l'Office fédéral de la statistique, la part des charges de personnel dans le chiffre d'affaires atteint 17% dans le commerce de détail, et seulement 2% dans le commerce de gros. Les coûts de production dans le commerce de détail et de gros découlent principalement des frais d'achat, de transport, de conseil juridique et de loyer (cf. également fig. 16). En outre, les coûts du travail sont généralement moins élevés dans le commerce que dans l'industrie. La comparaison des coûts du travail par heure entre les principaux pays d'origine européens des denrées alimentaires, vêtements et meubles et la Suisse montre qu'ils sont dans le commerce en moyenne inférieurs de 13 CHF à ceux constatés dans l'industrie. Globalement, les coûts du travail dans le commerce helvétique restent néanmoins nettement supérieurs à ceux observés dans les principaux pays

**Fig. 26: Coûts du travail dans le commerce**

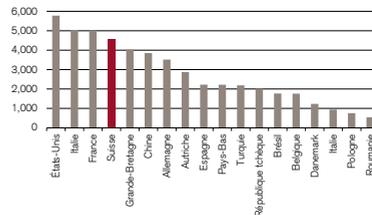
2012; coûts du travail par heure en CHF



Source: Eurostat, Credit Suisse

**Fig. 27: Loyers dans les sites de premier ordre**

2012/2013; CHF par mètre carré et année



Source: Cushman & Wakefield, Credit Suisse

<sup>9</sup> Cf. EU KLEMS Growth and Productivity Accounts.

d'origine européens (fig. 26). Chaque heure de travail dans le commerce suisse coûte en moyenne 40 CHF bruts (y c. contributions sociales des employeurs), soit en moyenne 44% de plus que dans les principaux pays d'origine européens. Avec la Pologne, cet écart atteint même 84%.

**Coûts de transport et de logistique et loyers dans les sites de premier ordre relativement élevés en Suisse**

Les écarts de marges commerciales dépendent en grande partie des coûts de transport et de logistique, des loyers pour les surfaces de vente et de stockage, ainsi que des marges bénéficiaires. En l'absence de données comparatives sur les prix à la production, nous ne sommes pas en mesure de quantifier les différences internationales de coûts de transport et de logistique. Au vu du niveau général des prix dans notre pays, nous pouvons cependant supposer que les coûts de transport et de logistique y sont également plus élevés que dans les principaux pays d'origine des importations suisses. Des données comparatives internationales sur les loyers moyens des surfaces de vente font aussi défaut, hormis pour les sites de premier ordre. En Suisse, ce sont par exemple la Bahnhofstrasse à Zurich, la Rue du Rhône à Genève, la Freie Strasse à Bâle ou encore la Marktgasse/Spitalgasse à Berne. La figure 27 montre que la Suisse fait ici aussi partie des sites onéreux. En 2012/2013, le mètre carré de surface de vente dans les emplacements helvétiques de premier ordre coûtait en moyenne 4600 CHF par année. La Suisse occupe ainsi le quatrième rang par rapport aux principaux pays d'origine des importations de denrées alimentaires, vêtements et meubles, après les États-Unis, l'Italie et la France. Contrairement à la situation en matière de prix à la consommation et de salaires industriels, la Chine (Shanghai) occupe une place en milieu de tableau supérieur dans ce domaine. Cela dit, les loyers dans les sites de premier ordre ne sont pas représentatifs du loyer moyen des surfaces de vente dans un pays.

**Impôts à la consommation relativement faibles en Suisse**

La situation en matière d'impôts à la consommation est similaire à celle concernant le coût du capital. La Suisse affiche ici des chiffres relativement faibles. Alors que la TVA s'élevait en moyenne à 20% du prix de vente dans les principaux pays d'origine en 2014,<sup>10</sup> elle n'était que de 8% dans notre pays. Seul le Brésil appliquait un taux à peu près aussi bas (10%). Si le taux de TVA était plus élevé en Suisse, les écarts internationaux de prix à la consommation (fig. 22-24) seraient encore plus marqués.

**Prix supérieurs liés aux coûts du travail, d'achat et de logistique ainsi qu'aux loyers plus élevés**

La majeure partie des dépenses des ménages en denrées alimentaires, meubles et vêtements revient aux commerçants, producteurs et fournisseurs suisses. Les disparités observées en matière de prix à la consommation entre la Suisse et d'autres pays reposent donc principalement sur des coûts du travail, d'achat, de fabrication, de transport et de logistique ainsi que des loyers plus élevés en Suisse. Ces écarts de prix s'expliquent par conséquent en grande partie par des facteurs économiques.

<sup>10</sup> Les États-Unis ne sont ici pas considérés. Aux États-Unis, les taux de TVA sont en effet fixés par les différents États et les différences sont parfois considérables.

## Internationalité des biens de consommation

# Scénario: appréciation du franc

**Si le franc s'apprécie de 15% face à l'euro, les dépenses en meubles, denrées alimentaires et vêtements des ménages baissent en théorie immédiatement de 1,9%, 2,2% et 3,3% respectivement (si le comportement de consommation reste constant).**

**En raison de l'internationalité du commerce de détail, les dépenses des ménages dépendent des fluctuations des taux de change**

Les chapitres précédents ont montré qu'une part considérable des dépenses des ménages suisses dédiées aux denrées alimentaires, aux vêtements et aux meubles partait à l'étranger. Les cours de change influent donc sur ces dépenses. En cas d'appréciation du franc et de répercussion des avantages de change à tous les niveaux de la chaîne de création de valeur, les prix des biens d'importation diminuent généralement pour les ménages. Une appréciation s'accompagne en outre souvent de baisses des prix sur les produits nationaux. En pareille situation, les ménages disposent donc de davantage d'argent, qu'ils peuvent consacrer à des produits supplémentaires ou plus onéreux, aux loisirs, aux vacances, aux placements financiers et à d'autres domaines. Toute une série de branches est donc susceptible de profiter d'une appréciation du franc – et ce malgré la fuite d'une partie du pouvoir d'achat supplémentaire des Suisses à l'étranger (p. ex. sous forme de tourisme d'achat).

**Scénario: appréciation de 15% du franc face à l'euro**

Quelles économies pourraient réaliser les ménages en cas d'appréciation du franc et de répercussion intégrale des avantages de change à tous les niveaux des chaînes de valeur nationales et étrangères? Nous examinons le scénario suivant pour calculer un indice théorique: le franc s'apprécie de 15% face à l'euro. Pour la population suisse, cela signifie que les prix des produits et des services dans les pays limitrophes baissent instantanément de 15%. Ce scénario est devenu réalité après l'abandon du cours plancher le 15 janvier 2015, lorsque le franc s'est apprécié du jour au lendemain de 1.20 à 1.03 face à la monnaie unique (fig. 28).

**Hypothèse: le comportement des consommateurs, des commerçants et des producteurs reste stable**

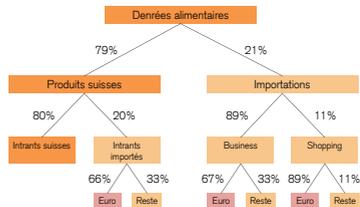
Pour simplifier, notre scénario postule que le comportement des consommateurs, des détaillants et des producteurs ne change pas. Cela signifie que le panier moyen des ménages et le tourisme d'achat ne s'accroissent pas suite à l'appréciation, que les prix des produits nationaux restent stables, que les détaillants ne modifient ni leur gamme de produits, ni leurs fournisseurs, que les producteurs maintiennent leurs processus de production et leurs intrants et que les commerçants étrangers n'augmentent pas leurs prix pour les clients suisses. Nous partons en outre du principe que les acteurs répercutent entièrement les avantages de change. Dans notre scénario, les prix des importations en provenance des pays de la zone euro baissent donc

**Fig. 28: Évolution du cours de change EUR/CHF**



Source: Datastream, Credit Suisse

**Fig. 29: Part de la zone euro dans la production alimentaire**



Source: Office fédéral de la statistique, Administration fédérale des douanes, GfK, CI CDS, Credit Suisse

également de 15% du fait des effets de change. Quelles sont les répercussions immédiates de ce scénario sur les dépenses des ménages suisses?

**14% des dépenses alimentaires des ménages s'écoulent vers la zone euro**

La part de la zone euro dans le total des importations de denrées alimentaires atteignait en moyenne 67% entre 2012 et 2014. En outre, sur les achats alimentaires effectués par les Suisses dans des magasins physiques à l'étranger (tourisme d'achat), 89% concernent les pays limitrophes. Ce chiffre est utilisé pour estimer la part des pays de la zone euro dans le tourisme d'achat alimentaire helvétique. Enfin, environ 66% des intrants utilisés pour la production de denrées alimentaires suisses proviennent de la zone euro (approximation sur la base de la part de la zone euro dans le total des importations, fig. 29). Sur le front des prestations et des intrants du commerce de gros et de détail, 5,4% et 3,1% respectivement sont fournis par des prestataires de la zone euro (toujours sur la base de la part de la zone euro dans le total des importations, fig. 30). Si l'on pondère les segments de la chaîne de valeur par leur part dans les dépenses des ménages, environ 14% des dépenses alimentaires des Suisses s'écoulent vers la zone euro (fig. 31). C'est donc cette part de 14% qui est immédiatement concernée par une appréciation du franc face à l'euro.

**22% et 13% des dépenses en vêtements et meubles partent pour la zone euro**

Nous avons appliqué le même raisonnement aux segments textiles/vêtements et meubles. Dans ce cadre, 22% des dépenses des ménages consacrées aux textiles et vêtements et 13% de celles dédiées au mobilier s'écoulent vers la zone euro (fig. 31).

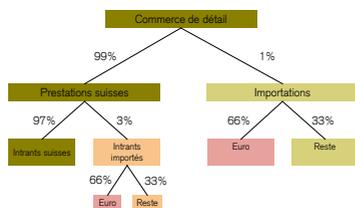
**Jusqu'à 3,3% de baisse des dépenses des ménages théoriquement possible**

Si le franc s'apprécie de 15% face à l'euro, les dépenses en denrées alimentaires, vêtements et meubles des ménages suisses baissent immédiatement d'environ 2,2%, 3,3% et 1,9% respectivement dans notre scénario. Par rapport aux dépenses des ménages enregistrées en 2011, cela correspond à un montant global de 1.3 mrd CHF.

**Contrats de fournisseurs, pouvoir de marché et stocks – autant d'obstacles potentiels à la répercussion des effets de change**

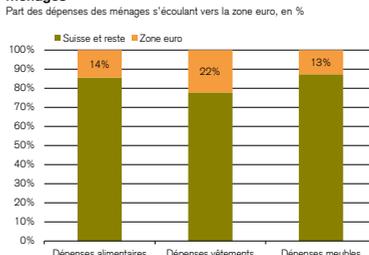
La réalité diffère à maints égards de notre scénario simplifié. D'une part, les dépenses des ménages peuvent baisser encore davantage, car une appréciation du franc face à l'euro incite les consommateurs suisses à acheter plus à l'étranger, notamment dans la zone euro. En outre, les détaillants helvétiques ont tendance à diminuer leurs prix en pareille situation, ceci afin de rester compétitifs. D'autre part, la réduction des dépenses peut se révéler moins importante, car les avantages de change ne sont pas toujours répercutés intégralement, que ce soit en raison de contrats de fournisseurs fixes, de négociations de prix difficiles, de stocks importants ou du pouvoir d'achat et de la disposition à payer élevés des consommateurs.

**Fig. 30: Part de la zone euro dans les prestations du commerce de détail**



Source: Office fédéral de la statistique, Administration fédérale des douanes, GfK, CI CDS, Credit Suisse

**Fig. 31: Part de la zone euro dans les dépenses des ménages**



Source: Credit Suisse

## Perspectives 2016

**Fig. 32: Perspectives 2016**

Légende: ↗ = supérieur à l'année précédente; → = similaire à l'année précédente; ↘ = inférieur à l'année précédente

	Commentaire	Perspectives
<b>Tendances de la demande</b>		
Croissance démographique	En 2016, l'immigration nette ne devrait que légèrement s'affaiblir en glissement annuel et la population devrait connaître une croissance similaire à celle enregistrée en 2015.	→
Revenu, pouvoir d'achat	Les salaires devraient augmenter de 0,5% en moyenne en 2016 et plus que compenser la hausse des primes de caisse-maladie et la légère progression de la charge fiscale.	↗
Climat de consommation	Au vu de la légère hausse du taux de chômage, toute embellie marquée du climat de consommation semble peu probable en 2016.	→
Tourisme d'achat	Sous réserve d'un cours de change EUR/CHF autour de 1.10, le tourisme d'achat devrait se stabiliser au niveau de 2015.	→
<b>Tendances de l'offre</b>		
Surfaces de vente	Un commerçant du segment near/non-food sur quatre envisage de réduire ses surfaces de vente, alors que plus de deux tiers de ses homologues alimentaires veulent poursuivre leur expansion. Les surfaces de vente devraient certes continuer à croître en 2016, mais à un rythme moins soutenu que les années précédentes.	↗
E-commerce	Le commerce en ligne devrait encore fortement progresser en 2016.	↗
Emploi	Sur fond de tendance à la baisse à long terme et d'éventuelles répercussions différées du choc des marges, l'emploi devrait s'inscrire en repli par rapport à 2015.	↘
<b>Résultat du marché</b>		
Prix	Le recul des prix devrait se révéler moins marqué qu'en 2015.	↘
Chiffres d'affaires nominaux	Les chiffres d'affaires nominaux devraient se stabiliser en 2016.	→

Source: Credit Suisse

**Fig. 33: Climat dans la branche**

Légende: ↗ = supérieur à l'année précédente; → = similaire à l'année précédente; ↘ = inférieur à l'année précédente

	Commentaire	Perspectives
Réalisation des objectifs en 2015	Environ deux tiers des commerçants n'ont pas atteint leurs objectifs de chiffres d'affaires et de bénéfices en 2015.	↘
Compétitivité en 2016	Malgré une année 2015 en demi-teinte, les commerçants et fabricants entament la nouvelle année avec confiance, certains de devancer au moins d'une courte tête leurs concurrents.	↗
Prévisions de chiffres d'affaires et de bénéfices 2016	Près de la moitié des commerçants et fabricants tablent sur une progression de leurs chiffres d'affaires et bénéfices en 2016. Le secteur alimentaire est ici un peu plus optimiste que le segment near/non-food.	↗

Source: Fuhrer & Hotz

## Perspectives 2016

# Top-down

**L'économie suisse devrait signer une croissance un peu plus forte qu'en 2015 et la situation dans le commerce de détail se détendre légèrement. Nous anticipons une progression des chiffres d'affaires dans l'alimentaire/near-food et une baisse moins marquée dans le non-alimentaire.**

### **Légère accélération de la croissance helvétique en 2016**

Avec 1,0%, la croissance du produit intérieur brut (PIB) devrait se révéler un peu plus vigoureuse qu'en 2015 (+0,8%). Le cours de change EUR/CHF devrait se maintenir autour de 1.10 sous l'effet des taux d'intérêt négatifs et des achats de devises sporadiques de la BNS. L'industrie d'exportation devrait donc légèrement se reprendre. À cela viennent s'ajouter l'embellie progressive de la conjoncture dans la zone euro et la solidité de l'économie américaine. Le moteur principal de l'évolution solide de l'économie intérieure reste l'immigration, toujours robuste. En revanche, le taux de chômage devrait augmenter de 3,3% aujourd'hui à 3,7% en moyenne annuelle en 2016, le choc des marges survenu en 2015 dans le sillage de l'appréciation du franc se répercutant de manière différée sur l'emploi.

### **Solide croissance démographique et légère progression du pouvoir d'achat en 2016, mais pas d'embellie marquée du climat de consommation**

Au vu notamment de la légère hausse attendue du taux de chômage, toute embellie marquée du climat de consommation semble exclue. De plus, aucune impulsion de croissance notable – susceptible d'entraîner une amélioration sensible du climat de consommation – n'est à attendre en provenance de Suisse ou de la zone euro. Cela dit, le revenu disponible des ménages helvétiques devrait légèrement augmenter. Selon des enquêtes, les salaires devraient gagner 0,5% en moyenne et donc plus que compenser la hausse de 4% des primes de caisse-maladie et la légère progression de la charge fiscale. Nous anticipons également une légère hausse du pouvoir d'achat à la consommation – c.-à-d. du revenu disponible déduction faite des charges de loyers et d'hypothèques – grâce aux dépenses de logement relativement stables et au renchérissement proche de zéro. L'immigration nette ne devrait en outre que peu diminuer pour atteindre quelque 70 000 personnes pour l'année 2016, portant la croissance démographique à 1,2%.

### **Stabilisation du tourisme d'achat et forte croissance du commerce en ligne en 2016**

Sous réserve d'un cours de change EUR/CHF autour de 1.10, le tourisme d'achat devrait se stabiliser au niveau élevé de 2015. Les achats à l'étranger via Internet devraient toutefois fortement augmenter et dépasser la barre de 1 mrd CHF. Nous pensons que le commerce en ligne helvétique va poursuivre sa forte croissance et représenter environ 6% des chiffres d'affaires globaux en 2016.

### **Recul moins marqué des prix, robuste demande et stabilisation des chiffres d'affaires nominaux attendus en 2016**

Dans ce contexte, nous tablons sur une timide embellie dans le commerce de détail en 2016. Le recul des prix devrait s'atténuer et s'établir à -0,9% par rapport à l'année précédente. Les prix devraient se stabiliser dans le segment alimentaire/near-food (-0,2% en rythme annuel) et baisser de 1,8% dans le non-alimentaire. Grâce à la stabilisation du tourisme d'achat et à la robuste immigration, la demande dans le commerce de détail devrait nettement rebondir par rapport à 2015 (+1,2% en glissement annuel). La progression de la demande devrait ici se révéler un peu plus forte dans l'alimentaire/near-food que dans le segment non-food. Dans ce dernier, les chiffres d'affaires nominaux devraient encore baisser en comparaison annuelle (-0,8%), tandis que le commerce de détail dans son ensemble enregistrera une probable stabilisation (+0,3% par rapport à 2015; alimentaire/near-food: +1,2%).

## Perspectives 2016

# Bottom-up: rétrospective 2015 et perspectives 2016

La rétrospective de l'année 2015 se révèle décevante pour la branche. Environ deux tiers des commerçants et fabricants suisses n'ont pas atteint leurs objectifs, parfois nettement.

### Plus de 200 décideurs interrogés

Cette année encore, les résultats de l'enquête menée auprès de plus de 200 décideurs d'entreprises de commerce leaders sur le marché suisse et de fournisseurs importants issus de l'industrie (fabricants) des segments alimentaire, near-food et non-food ont servi de base à notre analyse bottom-up. Environ 70% des personnes interrogées sont membres de la direction de leur entreprise, 55% sont des experts dans le domaine de la vente et du marketing. Cette enquête est menée en octobre et novembre par Fuhrer & Hotz – Excellence in Retailing depuis huit ans déjà.

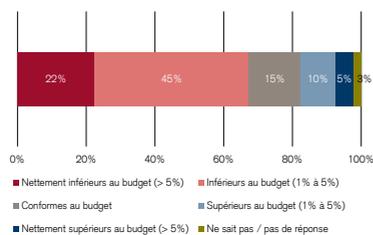
### 2015: une année historiquement mauvaise pour le commerce de détail

Après 2013 et 2014, années au cours desquelles une majorité d'acteurs du marché était parvenue à atteindre voire à dépasser les objectifs de chiffres d'affaires et de bénéfices, 2015 a marqué une coupure. Intervenu en début d'année, le choc du franc a laissé de profondes traces dans les bilans des commerçants et fabricants. Seules 15% des entreprises interrogées ont atteint leurs objectifs de chiffres d'affaires, et 15% les ont (légèrement) dépassés (fig. 34). La situation est aussi morose sur le front des bénéfices: 24% des entreprises ont atteint leurs objectifs, 18% les dépassant légèrement à nettement (fig. 35). Fait notable, la part des commerçants et fabricants ayant manqué leurs objectifs de plus de 5% a fortement augmenté. Alors qu'en 2013 et 2014, cette part s'établissait respectivement à 6% et 10% pour les chiffres d'affaires et à 8% et 5% sur le front des bénéfices, elle s'est envolée à 22% dans les deux cas pour 2015. Plus d'une entreprise sur cinq est donc restée largement en deçà de ses prévisions bénéficiaires pour l'exercice écoulé.

### Hiatus moins important sur le front des bénéfices que sur celui des chiffres d'affaires

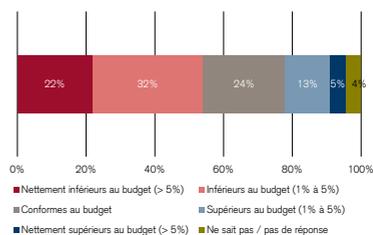
Le fait que les bénéfices budgétisés aient été plus souvent atteints que les chiffres d'affaires anticipés peut sembler surprenant. Mais contrairement aux chiffres d'affaires, le repli des bénéfices peut être au moins temporairement compensé en diminuant les coûts – par exemple s'agissant du budget publicitaire (cf. p. 37). Par ailleurs, les économies faites dans le domaine des achats grâce aux effets de change ont des répercussions positives sur le compte de résultat, même si les ventes sont en recul.

**Fig. 34: Chiffres d'affaires 2015 par rapport aux prévisions**  
Part de réponses, en %; n=187



Source: Fuhrer & Hotz

**Fig. 35: Bénéfices 2015 par rapport aux prévisions**  
Part de réponses, en %; n=187



Source: Fuhrer & Hotz

**Les commerçants ont de nouveau établi de «meilleurs» budgets que les fabricants**

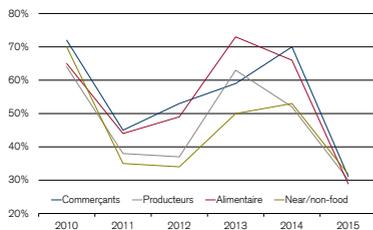
Comme les années précédentes, les commerçants ont été un peu plus nombreux à atteindre ou dépasser leurs objectifs en matière de chiffres d'affaires (31% contre 30%) et de bénéfices (45% contre 40%) que les fabricants (fig. 36 et 37). Des disparités sont également observables par segments: seules 29% des entreprises de l'alimentaire ont égalé ou dépassé les chiffres d'affaires fixés (contre 44% pour les bénéficiaires), tandis que ces parts s'élevaient à 32% et 40% respectivement dans le near/non-food sur la même période. Ces données se fondent sur les objectifs définis initialement, et non sur les valeurs corrigées après le 15 janvier 2015. Selon le Moniteur suisse du commerce de détail, 56% des commerçants et 66% des fabricants ont en effet procédé à une adaptation parfois considérable de leurs chiffres d'affaires budgétisés. C'est en 2010 que les acteurs du near/non-food à avoir atteint ou dépassé les objectifs de bénéfices ont été pour la dernière fois plus nombreux que les entreprises de l'alimentaire – donc avant même la phase temporaire de parité de l'EUR/CHF l'année suivante et l'introduction du cours plancher par la BNS. L'année 2011 a ainsi été un véritable pivot pour le commerce de détail suisse en général et pour le near/non-food en particulier, comme en témoignent ces chiffres: en 2010, 45% des entreprises de ce segment dépassaient encore les objectifs de chiffres d'affaires fixés, tandis que 25% les égalaient. L'année suivante, ces parts ne s'élevaient plus qu'à 8% et 27% respectivement. Depuis, bon nombre de commerçants et de fabricants ont dû revoir leur approche, par exemple en adaptant leur budgétisation aux nouvelles conditions-cadres, qui évoluent de plus en plus rapidement avec l'avènement du numérique. Reste à voir quels enseignements les responsables du secteur alimentaire vont tirer des chiffres historiquement mauvais de l'exercice 2015. Les ajustements s'agissant des budgets 2016 semblent en tout cas modestes (cf. p. 35).

**Prévisions de chiffres d'affaires et de bénéfices de plus en plus complexes**

En comparaison depuis 2010 (fig. 36 et 37), l'on constate qu'il aura fallu attendre environ trois ans après le résultat exceptionnel de 2011 pour égaler de nouveau le niveau initial des objectifs fixés. Dans ce cadre, il est intéressant de noter que les détaillants n'ont de toute évidence guère apporté de modifications à court terme à leur processus de budgétisation. En matière de réalisation des objectifs, 2012 s'est en effet révélée aussi décevante que l'année précédente. Ce n'est qu'après que, soutenus par la sécurité de planification apportée par le cours plancher, la plupart des détaillants et fabricants helvétiques ont de nouveau atteint ou dépassé les objectifs de chiffres d'affaires fixés. En outre, il est manifeste que les disparités dans la réalisation des objectifs se sont accrues entre les différents segments à partir de 2011, les commerçants et le secteur alimentaire devançant généralement les fabricants et le near/non-food. L'évolution des conditions-cadres a donc des répercussions plus ou moins fortes selon les segments. Le near/non-food, marqué par la disponibilité mondiale des produits de marque et donc d'une comparabilité (des prix) illimitée, est ici particulièrement touché par divers facteurs, que ce soit la migration persistante des chiffres d'affaires du near/non-food vers le commerce en ligne ou l'intensification du tourisme d'achat (stationnaire et numérique) – des évolutions particulièrement sensibles dans ce segment.

**Fig. 36: CA – réalisation des objectifs 2010–2015**

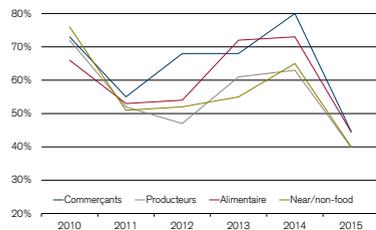
Part des entreprises ayant atteint ou dépassé les objectifs, en %



Source: Fuhrer & Hotz

**Fig. 37: Bénéfices – réalisation des objectifs 2010–2015**

Part des entreprises ayant atteint ou dépassé les objectifs, en %



Source: Fuhrer & Hotz

Perspectives 2016

# Bottom-up: prévisions de chiffres d'affaires et de bénéfices

**La branche entame l'exercice 2016 avec un optimisme prudent. 53% des commerçants et fabricants s'attendent à une progression modérée de leurs chiffres d'affaires.**

**La confiance en soi ne manque pas**

En dépit des écueils de l'année précédente, le commerce et l'industrie entament l'exercice 2016 avec confiance. 53% des décideurs sont certains de devancer au moins d'une courte tête leurs concurrents directs (fig. 38). Seules 8% des personnes interrogées se voient plutôt désavantagées par rapport à la concurrence. Même si l'industrie a eu un peu plus de mal que ses partenaires commerciaux à réaliser ses objectifs ces dernières années, la confiance en soi n'en a pas été altérée. Parmi les fabricants, 54% affirment disposer d'avantages concurrentiels, alors que cette part est de 51% «seulement» chez les commerçants.

**Importantes disparités dans la planification du chiffre d'affaires et des bénéfices**

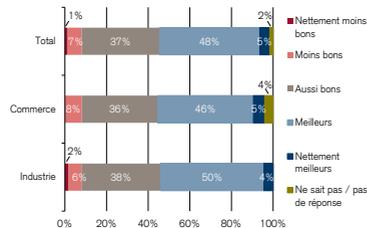
Globalement, 53% des fabricants et commerçants interrogés tablent sur une hausse de leurs chiffres d'affaires, 21% anticipant des chiffres stables (fig. 39). Sur le front des bénéfices, 46% des entreprises prévoient une augmentation par rapport à 2015, 29% planifient une stagnation. L'industrie semble scindée en deux clans. 57% des sociétés planifient une croissance relativement ambitieuse de leur chiffre d'affaires, tandis que 25% anticipent une (nouvelle) contraction. 18% ne s'attendent à aucune modification par rapport à 2015. La situation est similaire s'agissant des bénéfices, bien que dans des proportions différentes. Ici, la part des entreprises visant des bénéfices supérieurs est de 46%, alors que 23% s'attendent à un repli. En revanche, les commerçants revoyant leurs objectifs à la baisse sont nettement moins nombreux (20% pour le chiffre d'affaires et 14% pour les bénéfices). Avec 47%, la part des commerçants budgétisant une hausse de leur chiffre d'affaires est bien moins élevée que celle des fabricants, tandis que la répartition est à peu près similaire s'agissant de la progression des bénéfices.

**Segment near/non-food le plus défensif**

Soumis à rude épreuve depuis des années, le segment near/non-food adopte une approche assez défensive en matière de planification. Moins d'une entreprise sur deux table ici sur une hausse des ventes, tandis que presque 25% des experts anticipent un (nouveau) recul du chiffre d'affaires. La plupart pensent que les bénéfices resteront stables (35%) ou qu'ils pourront être augmentés (45%). Nombre d'entre eux estiment de toute évidence avoir franchi le creux de la vague. Le secteur alimentaire se montre bien plus optimiste: 58% des entreprises budgétisant une progression de leur chiffre d'affaires (47% une hausse de leurs bénéfices), seuls 19% allant revoir leurs objectifs de chiffre d'affaires à la baisse (23% pour les bénéfices).

**Fig. 38: Performance 2016 par rapport à la concurrence**

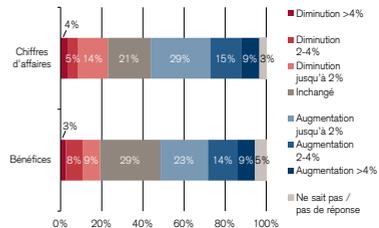
«Comment seront vos résultats» par rapport à vos concurrents de la branche pour l'exercice 2016?», n=187



Source: Fuhrer & Holz

**Fig. 39: Planification du CA et du bénéfice pour 2016**

«Comment évaluez-vous l'exercice 2016 pour votre entreprise en termes de chiffres d'affaires et de bénéfices (budget 2016 vs résultats 2015)?», n=187



Source: Fuhrer & Holz

Perspectives 2016

## Bottom-up: planification de surfaces de vente

Un commerçant du segment near/non-food sur quatre envisage de réduire ses surfaces de vente, alors que plus de deux tiers de ses homologues alimentaires veulent poursuivre leur expansion afin de supprimer les «taches blanches» dans leur réseau de points de vente.

**Expansion à nouveau ralentie des surfaces de vente**

Pour la première fois depuis 2013, moins de 50% des commerçants interrogés prévoient une expansion de leurs surfaces de vente (fig. 40), tandis que 16% anticipent une (nouvelle) réduction. La tendance des dernières années se poursuit donc.

**70% des détaillants alimentaires augmentent leurs surfaces**

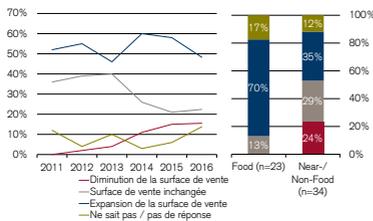
S'agissant de l'optimisation des surfaces de vente existantes, l'alimentaire et le near/non-food empruntent des voies différentes. Si 70% des commerçants alimentaires sont à la recherche de surfaces supplémentaires ou plus grandes, 53% de leurs homologues du segment near/non-food entendent conserver les surfaces existantes ou les réduire. 78% des experts de l'alimentaire invoquent ici les «taches blanches» dans leur réseau de points de vente, suivies de coûts des locaux plus attractifs (52%) et de l'évolution démographique (39%). Dans le near/non-food, ce sont surtout les facteurs suivants qui sont cités: chiffre d'affaires/bénéfices de l'entreprise (50%), importance des coûts des locaux (44%) et possibilités offertes par la distribution multi-canaux (41%). Les acteurs du segment indiquent également le commerce en ligne (35%) et le tourisme d'achat (29%) en tant que motifs de leur approche actuelle.

**L'étendue de l'expansion des surfaces tend à diminuer depuis six ans**

L'examen de l'expansion moyenne des surfaces sur les dernières années permet de constater une diminution année après année. En 2011, 52% des commerçants prévoient par exemple une expansion de leurs surfaces de vente et seuls quelque 27% planifiaient une extension de moins de 5% par rapport aux surfaces existantes. Aujourd'hui, la part des négociants souhaitant augmenter leurs surfaces de moins de 5% atteint 50% (fig. 41). Même les décideurs en quête de sites plus grands ou de nouvelles implantations semblent donc avoir changé leur fusil d'épaule: dans le cadre de l'expansion, l'on recherche aujourd'hui surtout des points de vente supplémentaires (89%) ou l'on mise sur l'agrandissement des sites existants (32%).

**Fig. 40: Modification prévue des surfaces de vente**

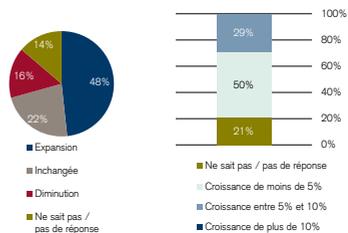
Part de réponses, en %; min. n=47 (2011), max. n=30 (2014)



Source: Fuhrer & Hotz

**Fig. 41: Modification prévue des surfaces de vente en 2016**

Part des réponses, en %



Source: Fuhrer & Hotz

Perspectives 2016

# Bottom-up: budgets marketing

**La tendance à la redistribution des moyens disponibles de la publicité vers la promotion des ventes s'accroît.**

**Le budget publicitaire est soumis à rude pression**

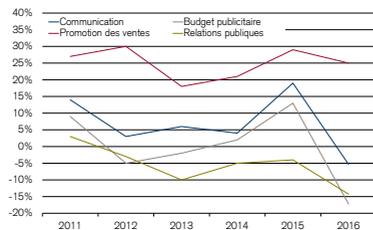
Si les moyens alloués aux mesures de marketing consommateurs et commercial se répartissent de manière similaire à l'année précédente, le budget prévu pour la communication subit des modifications majeures. 31% des entreprises interrogées vont réduire ce poste, seules 14% optant pour une augmentation du budget correspondant en 2016. Le solde résultant (part des entreprises planifiant des budgets plus importants moins part des sociétés prévoyant des réductions de dépenses) atteint son plus faible niveau en sept ans (fig. 42). Par rapport à 2015, on peut même parler d'un véritable effondrement. Le solde des investissements prévus pour l'ensemble du budget communication passe quant à lui en territoire négatif pour la première fois depuis le début du recensement en 2009. L'examen détaillé permet de constater que seuls les fabricants sont à l'origine de ces deux évolutions. 42% d'entre eux ont en effet réduit la part allouée au budget publicitaire, alors que cette proportion n'atteint que 10% chez les commerçants.

**Redistribution croissante des budgets marketing au profit des mesures de promotion des ventes**

Depuis plusieurs années, ce sont surtout les mesures de promotion des ventes qui profitent de la réallocation des budgets marketing. Dans leur planification 2016, 35% des entreprises du commerce et de l'industrie étouffent ce poste, seules 10% optant pour une réduction. Il s'agit en outre de l'unique poste budgétaire faisant l'unanimité parmi les partenaires de coopération. Le solde atteint un niveau de 28 points de pourcentage pour les commerçants et 24 points pour les fabricants (fig. 43). Dans le contexte actuel, il semble donc que les acteurs du marché s'accordent pour dire que le budget marketing est mieux investi directement au niveau des points de vente – où l'impact et donc le retour sur investissement paraissent les plus nets. C'est particulièrement vrai dans le segment near/non-food, avec un solde de 31 points de pourcentage. La redistribution des budgets se révèle la plus complète dans le commerce de détail, avec 39% des entreprises prévoyant une hausse des moyens dédiés aux mesures de promotion des ventes, contre seulement 8% planifiant une réduction. Comme dans l'alimentaire, les sommes supplémentaires sont prélevées dans l'enveloppe publicitaire. 35% des sociétés du segment near/non-food procèdent ici à des coupes et seulement 12% à des augmentations.

**Fig. 42: Évolution des budgets marketing**

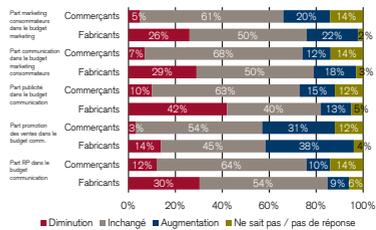
Solde des réponses positives (prévision de dépenses plus élevées) et négatives (prévision de dépenses moins élevées) en points de pourcentage, n=168



Source: Fuhrer & Holz

**Fig. 43: Budgets marketing des commerçants et fabricants**

Part de réponses, en %; commerce: n=159, fabricants: n=109



Source: Fuhrer & Holz

## Annexe

### Hypothèses relatives au chapitre «Internationalité des biens de consommation»

Termes	Commentaires et hypothèses
Création de valeur d'une branche suisse	Générée intégralement en Suisse et donc considérée comme exclusivement helvétique
Part d'importation d'un produit/d'une branche	Importations divisées la valeur de production totale du produit/de la branche en Suisse
Part étrangère dans les produits helvétiques	Somme des parts d'importation des secteurs fournisseurs, pondérée par la part des secteurs fournisseurs dans la valeur de production totale des produits helvétiques
Dépenses des ménages	Sans impôts nets sur les produits
Dépenses alimentaires des ménages	Sans dépenses dans les restaurants et les hôtels
Dépenses en meubles des ménages	Calculées sur la base des détails relatifs aux dépenses allouées aux meubles, à l'équipement intérieur et à l'électroménager, ainsi que des dépenses courantes
Achats à l'étranger	Devraient avoir stagné à niveau élevé de 2012 à 2014. Pour le calcul de la part du tourisme d'achat dans les importations de denrées alimentaires, de vêtements et de meubles en 2011, l'on utilise par conséquent des données de GfK et de la CI CDS pour l'année 2013

Source: Credit Suisse

## Notifications

Les informations et opinions exprimées dans ce rapport (autres que les contributions apportées à des articles par des stratèges en investissement) sont celles du département Research de la Division Private Banking & Wealth Management du CS au moment de la rédaction; toute modification demeure réservée sans préavis. Les opinions exprimées en relation avec un titre spécifique dans ce rapport peuvent être différentes ou ne pas concorder avec les observations et les opinions du département Research de la Division Investment Banking du Credit Suisse en raison de différences dans les critères d'évaluation.

Les contributions apportées à des articles par des stratèges en investissement ne sont pas des rapports de recherche. Les stratèges en investissement ne dépendent pas du département Research du CS. Plusieurs politiques du CS ont été mises en œuvre pour garantir l'indépendance du département Research du CS, y compris des politiques relatives aux restrictions en matière de négociation des titres concernés avant la publication des rapports Research. Lesdites politiques ne s'appliquent pas aux stratèges en investissement.

Le CS décline toute responsabilité à l'égard de toute perte découlant de l'utilisation des éléments présentés dans ce rapport; cette exclusion de responsabilité ne saurait être invoquée dans les cas prévus par la législation ou la réglementation applicable au CS. Ce rapport ne doit pas être substitué à l'exercice d'un jugement indépendant comme fondement à la prise de décision. Le CS peut avoir émis ou pourra émettre à l'avenir une idée d'investissement concernant ce titre. Les idées d'investissement sont des opportunités à court terme basées sur des événements et des éléments déclencheurs sur les marchés, tandis que les notations des sociétés s'appuient sur la performance absolue escomptée sur une période de six à douze mois tel que cela est défini dans la section notification. Les idées d'investissement et les notations de sociétés reflètent des hypothèses sous-jacentes et des méthodes d'analyse différentes. Par conséquent, il est possible que les idées d'investissement diffèrent des notations de sociétés. En outre, le CS peut avoir publié d'autres rapports, ou pourrait en publier à l'avenir, qui contredisent les informations présentées dans ce rapport ou qui en tirent des conclusions différentes. Ces rapports reflètent les diverses suppositions, visions et méthodes d'analyses des analystes qui les ont rédigés et le CS n'est nullement tenu de garantir que lesdits rapports soient portés à l'attention de tout destinataire du présent rapport.

### Certification par les analystes

Chacun des analystes mentionnés dans le présent document certifie que les points de vue exprimés dans cette brochure à l'endroit des entreprises et des titres qu'il ou elle est amené(e) à évaluer reflètent précisément son opinion personnelle. Il affirme que sa rémunération n'est et ne sera jamais liée, directement ou indirectement, à des recommandations et opinions particulières émises dans ce document.

Les analystes Knowledge Process Outsourcing (KPO) mentionnés dans le présent rapport sont employés par Credit Suisse Business Analytics (India) Private Limited.

### Indications importantes

Le CS publie ses brochures au moment qu'il estime le plus approprié. C'est le cas dès lors qu'il juge que l'évolution de l'entreprise, du secteur ou du marché soumis à son évaluation est susceptible d'avoir des répercussions sensibles sur les points de vue et opinions exprimés dans la brochure. Le CS se fait fort de publier uniquement des analyses impartiales, indépendantes, honnêtes, claires et intelligibles.

Le code de conduite du Credit Suisse, auquel la totalité des employés doit adhérer, est accessible par Internet sous:  
[http://www.credit-suisse.com/governance/en/code\\_of\\_conduct.html](http://www.credit-suisse.com/governance/en/code_of_conduct.html)

Pour des détails complémentaires sur la méthodologie de notation du Credit Suisse, veuillez vous référer aux informations sur l'indépendance des recherches financières qui se trouvent sous:  
[https://www.credit-suisse.com/legal/pb\\_research/independence\\_en.pdf](https://www.credit-suisse.com/legal/pb_research/independence_en.pdf)

L'analyste responsable de la rédaction de cette brochure se voit rétribué en fonction de plusieurs paramètres parmi lesquels la totalité des revenus touchés par le CS, dont une partie est générée par les activités d'investissement banking du Credit Suisse.

### Notifications complémentaires

**Rayane-Uri:** En ce qui concerne la notification des informations sur titres à revenu fixe pour les clients de Credit Suisse (UK) Limited et de Credit Suisse Securities (Europe) Limited, veuillez téléphoner au +41 44 333 39 99.

**Inde:** Veuillez consulter le site <http://www.credit-suisse.com/in/researchdisclosure> pour les notifications complémentaires requises

en vertu des réglementations du Securities And Exchange Board of India (Research Analysts), 2014.  
Le Credit Suisse est susceptible d'avoir un intérêt dans les sociétés mentionnées dans le présent rapport.

Les rapports publiés par le Département Research du CS sont également disponibles sur <https://investment.credit-suisse.com/>

Pour des informations sur les notifications relatives aux sociétés recommandées par Credit Suisse Investment Banking et mentionnées dans le présent rapport, veuillez vous référer au site de la division Investment Banking sous:  
<https://rawe.credit-suisse.com/disclosures>

Pour toutes informations complémentaires, y compris les notifications relatives à tout autre émetteur, veuillez vous référer au site de la division Private Banking & Wealth Management sous:  
<https://www.credit-suisse.com/disclosure>

## Clause de non-responsabilité générale/Information importante

Ce rapport n'est pas destiné à être distribué à, ou utilisé par, quelque personne ou entité que ce soit qui serait citoyenne, résidente ou située dans une localité, un Etat, un pays ou une autre juridiction où une telle distribution, publication, disponibilité ou utilisation serait contraire à la législation ou réglementation ou soumettrait le CS à des obligations d'enregistrement ou de licence au sein de ladite juridiction.

Les références au Credit Suisse effectuées dans ce rapport comprennent Credit Suisse AG, la banque suisse, ses succursales et ses sociétés affiliées. Pour plus d'informations sur notre structure, veuillez consulter le lien suivant:  
<http://www.credit-suisse.com>

**NE PAS DISTRIBUER NI UTILISER À DES FINS DE PROSPECTION OU DE CONSEIL:** Le présent rapport est fourni uniquement à des fins d'information et d'illustration et n'est destiné qu'à votre seul usage. Il ne constitue ni une sollicitation ni une offre ou recommandation à l'achat ou à la vente de titres ou d'autres instruments financiers. Toute information englobant des faits, des opinions ou des citations peut être condensée ou résumée et se réfère à la date de rédaction. Les informations contenues dans le présent rapport ont été fournies à titre de commentaire général de marché et ne constituent en aucune manière une forme de conseil financier réglementé, ou de service juridique, fiscal ou autre service financier réglementé. Elles ne tiennent pas compte des objectifs, de la situation ou des besoins financiers d'une quelconque personne – autant d'aspects qui doivent être impérativement examinés avant toute décision de placement. Vous devriez prendre conseil auprès de votre conseiller financier avant de prendre toute décision d'investissement basé sur le présent rapport ou pour toute explication concernant le contenu de ce dernier. Ce rapport vise uniquement à exposer des observations et opinions du CS à la date de rédaction, sans tenir compte de la date à laquelle vous pouvez le recevoir ou y accéder. Les observations et opinions contenues dans le présent rapport peuvent être différentes de celles des autres divisions du CS. Toute modification demeure réservée sans préavis et sans obligation de mise à jour. Le CS n'est nullement tenu de garantir que lesdites mises à jour soient portées à votre attention.

**PRÉVISIONS ET ESTIMATIONS:** Les performances passées ne doivent pas constituer une indication ni constituer une garantie de résultats futurs et aucune garantie, explicite ou implicite, n'est donnée quant aux performances futures. Dans la mesure où ce rapport contient des déclarations relatives à la performance future, celles-ci ont un caractère prévisionnel et sont soumises à un certain nombre de risques et d'incertitudes. Sauf mention contraire, les chiffres n'ont pas été vérifiés. Toutes les évaluations mentionnées dans le présent rapport sont soumises aux politiques et procédures d'évaluation du CS. **CONFLITS:** Le CS se réserve le droit de corriger les éventuelles erreurs apparaissant dans le présent rapport. Le Credit Suisse, ses sociétés affiliées et/ou leurs collaborateurs peuvent effectuer des opérations ou des participations ou tout autre intérêt matériel, ou encore effectuer des transactions sur les titres mentionnés, des options s'y rapportant, ou des investissements connexes; ils peuvent également accroître ou liquider ponctuellement de tels investissements. Le CS peut fournir, ou avoir fourni au cours des douze derniers mois, à toute société ou tout émetteur mentionné des conseils ou services de placement conséquents en rapport avec l'investissement énuméré dans ce document ou un investissement lié. Certains des investissements mentionnés dans le présent rapport seront proposés par une entité individuelle ou une société affiliée du CS; le CS peut

également être le seul teneur de marché pour de tels investissements. Le CS est impliqué dans plusieurs opérations commerciales en relation avec les entreprises mentionnées dans ce rapport. Ces opérations incluent notamment le négoce spécialisé, l'arbitrage des risques, les activités de tenue de marché et autres activités de négoce pour compte propre. **IMPOTS:** Aucune des informations contenues dans le présent rapport ne constitue un conseil de nature juridique ou en matière de placements, de comptabilité ou d'impôts. Le CS n'offre pas de conseils sur les conséquences d'ordre fiscal liées aux investissements et vous recommande de consulter un conseiller fiscal indépendant. Les niveaux et bases d'imposition dépendent des circonstances individuelles et sont susceptibles de changer. **SOURCES:** Les informations et les opinions contenues dans le présent rapport ont été obtenues ou triées de sources jugées fiables par le CS. Le CS ne saurait être tenu pour responsable des pertes qui pourraient résulter de l'utilisation de ce rapport. **SITES WEB:** Ce rapport peut fournir des adresses de sites web ou contenir des liens qui conduisent à ces sites. Sauf dans la mesure où le rapport fait état du contenu web du CS, le CS n'a pas procédé au contrôle des sites web liés et décline toute responsabilité quant au contenu desdits sites. Ces adresses ou hyperliens (y compris les adresses ou hyperliens vers le contenu web du site du CS) ne sont fournis que pour votre confort et votre information et le contenu des sites liés ne fait partie d'aucune manière du présent rapport. L'accès à un tel site web ou le suivi d'un tel lien par le biais de ce rapport ou via le site web du CS se fait à vos propres risques.

#### Distribution des rapports de recherche

A l'exception d'une éventuelle mention de contrepartie, ce rapport est préparé et distribué par Credit Suisse AG, une banque suisse agréée et réglementée par l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers. **Australie:** Ce rapport est distribué en Australie par Credit Suisse AG, Sydney Branch (CSSB) (ABN 17 061 700 712 AFSL 226896) seulement aux clients «Wholesale» comme défini à la section 5761G du Corporations Act de 2001. CSSB ne garantit pas la performance des produits financiers mentionnés dans le rapport et ne fournit aucune assurance quant à la performance de ces produits. **Bahreïn:** Ce rapport est distribué par Credit Suisse AG, Bahrain Branch, qui est autorisée et réglementée par le Central Bank of Bahrain (CBB) en tant que un investment Firm Category 2. Credit Suisse AG, Bahrain Branch, est size Level 22, East Tower, Bahrain World Trade Centre, Manama, Royaume de Bahreïn. **Dubaï:** Cette information est distribuée par Credit Suisse AG (DIFC Branch), dûment agréée et réglementée par la Dubai Financial Services Authority («DFSA»). Les produits ou services financiers liés ne sont proposés qu'à des clients professionnels ou à des contreparties du marché, tels que définis par la DFSA, et ne sont pas destinés à d'autres personnes. Credit Suisse AG (DIFC Branch) est size Level 9 East, The Gate Building, DIFC, Dubaï, Émirats arabes unis. **France:** Le présent rapport est distribué par Credit Suisse (Luxembourg) S.A., Succursale en France, autorisé par l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR) en tant que prestataire de services d'investissement. Credit Suisse (Luxembourg) S.A., Succursale en France, est placée sous la supervision et la réglementation de l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution ainsi que de l'Autorité des Marchés Financiers. **Gibraltar:** Ce rapport est distribué par Credit Suisse (Gibraltar) Limited. Credit Suisse (Gibraltar) Limited est une entité légalement indépendante détenue en totalité par Credit Suisse et elle est réglementée par la Gibraltar Financial Services Commission. **Guernesey:** Le présent rapport est distribué par Credit Suisse (Channel Islands) Limited, une entité juridique indépendante enregistrée à Guernesey sous le numéro 15197 et ayant son adresse enregistrée à Helvetia Court, Les Echelons, South Esplanade, St Peter Port, Guernesey. Credit Suisse (Channel Islands) Limited est détenue à 100% par Credit Suisse AG et est réglementé par la Guernesey Financial Services Commission. Des copies de certains comptes vérifiés sont disponibles sur demande. **Hong Kong:** Le présent document a été publié à Hong Kong par Credit Suisse AG, Hong Kong Branch, qui possède une licence en tant que société agréée par la Hong Kong Monetary Authority et qui est réglementée par la Securities and Futures Ordinance (chapitre 571 de la législation du pays). **Inde:** Ce rapport est distribué par Credit Suisse Securities (India) Private Limited («Credit Suisse India», n° CIN U67120MH1996PTC104392), qui est réglementé par la Securities and Exchange Board of India (SEBI) sous les numéros d'enregistrement SEBI - INE230970637, INF230970637, INE010970631, INFO10970631, INF000002479, et dont l'adresse enregistrée est 9th Floor, Casey House, Plot F, Shivsagar Estate, A. Near Assant Road, Worli, Mumbai 400 018, Inde, tél. +91-22 6777 3777. **Italie:** Ce rapport est distribué en Italie par Credit Suisse (Italy) S.p.A., banque de droit italien inscrite au registre des banques et soumise à la supervision et au contrôle de la Banca d'Italia, de la CONSOB et est aussi distribué par Credit Suisse AG agissant à titre de banque suisse autorisée à fournir des prestations bancaires et financières en Italie. **Japon:** Ce rapport est publié uniquement au Japon par Credit Suisse (Japan) Limited, une entité juridique indépendante. Dealer, Director-General of Kanto Local Finance Bureau (Kinsho) No. 66, membre de la Japan Securities Dealers Association, de la Financial Futures Association of Japan, de la Japan Investment Advisers Association et de la Type II Financial Instruments Firms Association. Credit Suisse Securities (Japan) Limited ne publiera ni ne transmettra ce rapport en dehors du Japon. **Jersey:** Ce rapport est distribué par Credit Suisse (Channel Islands) Limited, Jersey Branch, dont les activités d'investissement sont réglementées par la Jersey Financial Services Commission. L'adresse à Jersey de Credit Suisse (Channel Islands) Limited, succursale de Jersey, est TradeWind House, 22 Esplanade, St Helier, Jersey JE4 5WU. **Liban:** Le présent rapport est distribué par Credit Suisse (Lebanon) Finance SAL («CSLF»), un établissement financier enregistré au Liban, réglementé par la Banque centrale du Liban («BCL») et titulaire d'une licence bancaire n° 42. Credit Suisse (Lebanon) Finance SAL est soumis à la législation et à la régle-

mentation de la BCL ainsi qu'à la législation et aux décisions de la Capital Markets Authority du Liban («CMA»). CSLF est une filiale de Credit Suisse AG et fait partie du Credit Suisse Group (CS). La CMA décline toute responsabilité quant au contenu, à l'exactitude et à l'exhaustivité des informations présentées dans ce rapport. La responsabilité du contenu du présent rapport est assumée par l'émetteur, ses administrateurs et d'autres personnes tels des experts, dont les opinions sont incluses dans le rapport avec leur consentement. La CMA n'a pas non plus évalué l'adéquation de l'investissement pour tout investisseur particulier ou tout type d'investisseur. Les investissements sur les marchés financiers peuvent présenter un degré élevé de complexité et de risque et ne pas convenir à tous les investisseurs. CSLF procédera à l'évaluation de l'adéquation de cet investissement sur la base des informations que l'investisseur lui aurait fournies et conformément aux instructions et procédures internes du Credit Suisse. Il est entendu que l'anglais sera utilisé dans tous les documents et communications fournis par le CS et/ou CSLF. En acceptant d'investir dans le produit, l'investisseur confirme ne pas s'opposer à l'utilisation de la langue anglaise. **Luxembourg:** Ce rapport est distribué par Credit Suisse (Luxembourg) S.A., une banque du Luxembourg autorisée et réglementée par la Commission de Surveillance du Secteur Financier (CSSF). **Qatar:** Cette information a été distribuée par Credit Suisse (Qatar) L.L.C qui a été autorisée et qui est réglementée par la Financial Centre Regulatory Authority (OFCRA) sous le n° OFC 00005. Tous les produits et les services financiers liés ne sont disponibles qu'aux clients commerciaux ou aux contreparties du marché (tels que définis par les règles et réglementations de la Qatar Financial Centre Regulatory Authority (OFCRA)), y compris les individus qui ont opté pour être classés en tant que client commercial avec des actifs liquidés de plus de 1 million d'USD et qui disposent de connaissances, d'une expérience et d'une compréhension leur permettant de participer à de tels produits et/ou services. **Singapour:** Ce rapport a été élaboré et publié à Singapour exclusivement à l'intention des investisseurs institutionnels, des investisseurs accrédités et des investisseurs avisés (tels que définis dans les Financial Advisers Regulations), et est également publié par Credit Suisse AG, Singapore Branch, à l'intention des investisseurs étrangers (tels que définis dans les Financial Advisers Regulations). Credit Suisse AG, Singapore Branch, peut distribuer les produits établis par ses entités étrangères et ses sociétés affiliées en vertu du Règlement 30C des Financial Advisers Regulations. Les bénéficiaires singapouriens doivent prendre contact avec Credit Suisse AG, Singapore Branch, par téléphone au +65-6212-2000 pour toute question résultant du ou en rapport avec le présent rapport. En vertu de votre statut d'investisseur institutionnel, d'investisseur accrédité, d'investisseur avisé ou d'investisseur étranger, Credit Suisse AG, Singapore Branch, est dispensé de respecter certaines exigences de conformité selon le Financial Advisers Act, chap. 110 de Singapour («FAA»). Les Financial Advisers Regulation et les notifications et les directives qui en découlent, en relation avec les prestations de conseil financier que Credit Suisse AG, Singapore Branch, est susceptible de vous fournir. **Espagne:** Ce rapport est distribué en Espagne par Credit Suisse AG, Sucursal en España, autorisée sous le numéro 1460 dans le registre de la Banco de España. **Thaïlande:** Ce rapport est distribué par Credit Suisse Securities (Thailand) Limited, qui est réglementé par l'Office of the Securities and Exchange Commission, Thaïlande, et dont l'adresse enregistrée est 990 Abdulrahim Plaza Building, 27/F, Rama IV Road, Siam, Bangkok, Bangkok, tél. 0-2614-6000. **Royaume-Uni:** Ce rapport est publié par Credit Suisse (UK) Limited et Credit Suisse Securities (Europe) Limited. Credit Suisse Securities (Europe) Limited et Credit Suisse (UK) Limited, toutes deux autorisées par la Prudential Regulation Authority et réglementées par la Financial Conduct Authority et la Prudential Regulation Authority, sont des sociétés associées mais indépendantes du Credit Suisse sur le plan juridique. Les protections offertes par la Financial Conduct Authority et/ou la Prudential Regulation Authority à la clientèle privée ne s'appliquent pas aux placements et services fournis par des personnes situées en dehors du Royaume-Uni. Le Financial Services Compensation Scheme est inapplicable lorsque l'émetteur n'a pas satisfait à ses obligations. Dans la limite communiquée au Royaume-Uni ou susceptible d'avoir un effet au Royaume-Uni, le présent document constitue une sollicitation financière qui a été approuvée par Credit Suisse (UK) Limited, entité agréée par la Prudential Regulation Authority et régie par la Financial Conduct Authority et la Prudential Regulation Authority pour la conduite d'activités d'investissement au Royaume-Uni. Le siège social de Credit Suisse (UK) Limited est sis Five Cabot Square, London, E14 4QF. Veuillez noter que les règles relatives à la protection des clients de détail aux termes du Financial Services and Market Act 2000 du Royaume-Uni ne vous seront pas applicables et que vous ne disposerez pas non plus des éventuelles indemnisations prévues pour les «demandeurs éligibles» (eligible claimants) aux termes du Financial Services Compensation Scheme du Royaume-Uni. L'imposition applicable dépend de la situation individuelle de chaque client et peut subir des changements à l'avenir. **ÉTATS-UNIS:** LE PRÉSENT DOCUMENT N'EST PAS UN FORMULAIRE ORIGINAL OU COPIÉ. NE SAURAIT ÊTRE ENVOYÉ, INTRODUIT OU DISTRIBUÉ AUX ÉTATS-UNIS OU À DES PERSONNES IMPOSABLES AUX ÉTATS-UNIS (AU SENS DE LA REGULATION S DU US SECURITIES ACT DE 1933, DANS SA VERSION AMÉN-DÉE).

Toute reproduction intégrale ou partielle du présent document est soumise à l'autorisation écrite du Credit Suisse. Copyright © 2016 Credit Suisse Group AG et/ou sociétés affiliées. Tous droits réservés.

16C030A\_R

## Autres publications du Credit Suisse



**Manuel des branches 2016  
Structures et perspectives**  
Véritable ouvrage de référence des secteurs de l'économie suisse, le Manuel des branches est édité une fois par an. Les différents portraits donnent un aperçu détaillé des structures et des perspectives conjoncturelles des diverses branches.

19 janvier 2016



**Région Bassin Lémanique  
Réforme de l'imposition des  
entreprises III**

L'imposition des entreprises est à l'aube d'une modification fondamentale. L'étude régionale se penche sur les possibles stratégies des cantons de Genève et de Vaud ainsi que sur les répercussions de la réforme fiscale.

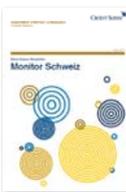
10 février 2016



**Marché immobilier 2016**

Publiée chaque année, l'étude immobilière analyse les répercussions du contexte conjoncturel, les défis actuels ainsi que les mutations structurelles sur les principaux marchés immobiliers de Suisse.

1<sup>er</sup> mars 2016



**Moniteur Suisse  
1<sup>er</sup> trimestre 2016**

Le Moniteur Suisse synthétise les résultats d'analyses et prévisions macro- et micro-économiques.

15 mars 2016



**Global Monitor  
1<sup>er</sup> trimestre 2016**

Le Global Economic Monitor fournit un aperçu de nos prévisions s'agissant des principales économies et aborde des thèmes d'actualité ad-hoc.

Fin mars 2016



**Moniteur des branches  
1<sup>er</sup> trimestre 2016**

Publication trimestrielle, le Moniteur des branches décrit la situation actuelle ainsi que les perspectives conjoncturelles des principaux secteurs de l'économie helvétique.

Fin mars 2016

**La prochaine édition du Retail Outlook paraîtra en janvier 2017.**

Abonnez-vous à nos publications directement auprès de votre conseiller clientèle.

# Nous félicitons tous les entrepreneurs suisses.

Ainsi que tous les lauréats des Prix SVC 2015.

Prix SVC Espace Mittelland: Rychiger AG

Prix SVC Nordschweiz: Medartis AG

Prix SVC Svizzera italiana: GTK Timek Group SA

**En tant que banque des entrepreneurs, nous soutenons l'entrepreneuriat depuis 1856.**

Nous félicitons tous les lauréats, tous les participants et tous les entrepreneurs en Suisse parce que leurs idées et leur performance créent de la valeur et du travail. Etes-vous aussi entrepreneur? Contactez-nous au numéro gratuit 0800 88 88 72.

[credit-suisse.com/entrepreneur](http://credit-suisse.com/entrepreneur)

# Confédération Centre

## Revitalisation

**Audition** par la  
**Commission des Finances** du  
**Conseil municipal de la ville de Genève**

**Mercredi 20 avril 2016**

# Table des matières

- 1) Rappel historique
- 2) Les objectifs de la revitalisation
- 3) Le concept architectural
- 4) La modification des servitudes de passage
- 5) Le calcul de l'indemnisation
- 6) Les locataires actuels
- 7) Le planning des travaux

# 1

## Rappel historique

- Septembre 2010: études et analyses préalables
- Avril 2011: démarrage du projet de revitalisation
- Juin 2011: premiers contacts avec les autorités de la ville
- Janvier-juillet 2012: concours d'architecture
- Novembre 2012: visite de Confédération Centre avec Rémy Pagani
- Janvier 2014: premiers contacts avec les autorités du canton
- Août 2014-mai 2015: expertises a) Wüest & Partner, b) Acanthe et c) DA architecture et expertises immobilières Sarà
- Octobre 2015: consensus des experts
- Novembre 2015: accord quadripartite (ville de Genève, copropriété Patac, copropriété Bémont et CSF) sur le montant de l'indemnisation
- Mai 2016: dépôt de la demande de permis de construire

# 1

## Rappel historique

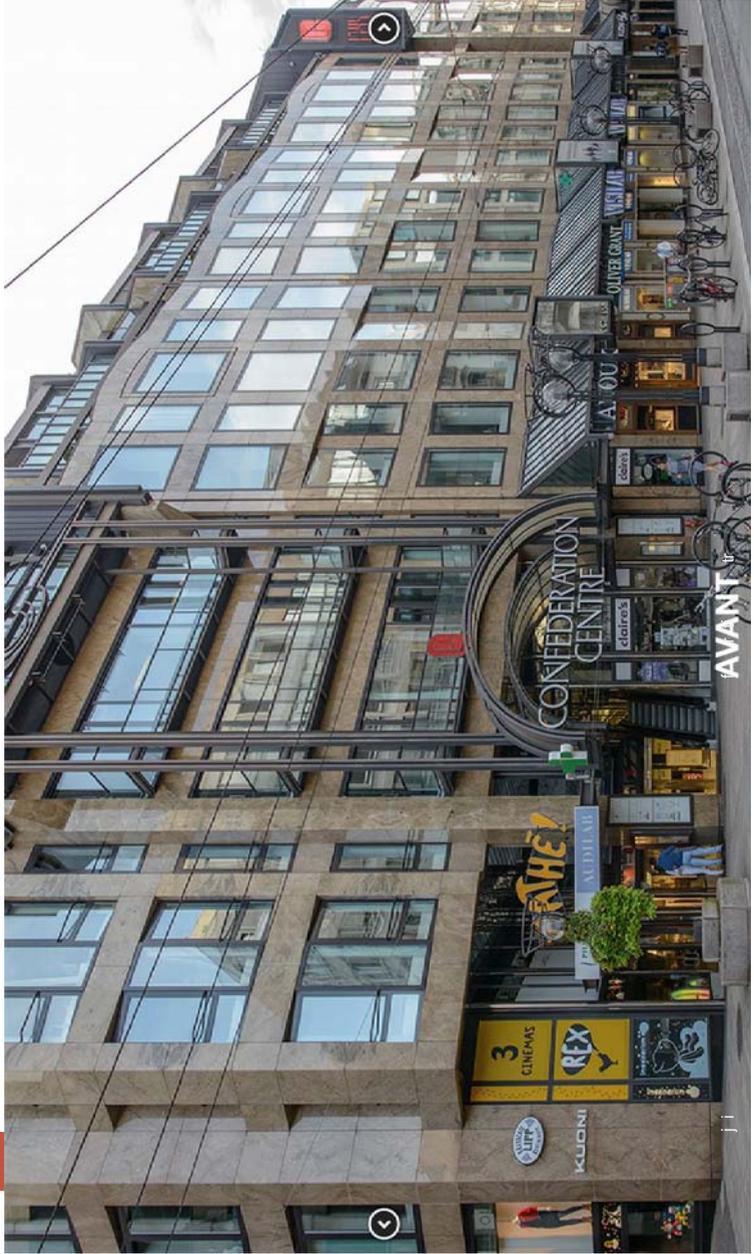
- Le principal propriétaire: Credit Suisse Fondation de placement Real Estate Switzerland (CSF RES)
- Fondation de placement: institution qui a pour vocation d'acquérir et de gérer un portefeuille immobilier
- CSF RES: 250 biens immobiliers (10 immeubles à Genève), valeur nette totale de CHF 5 milliards, 900 clients (conformément à la loi, uniquement des caisses de pension suisses œuvrant dans le 2<sup>e</sup> ou le 3<sup>e</sup> pilier)
- Les loyers versés par les locataires de Confédération Centre servent principalement à financer des rentes du 2<sup>e</sup> pilier
- Article du Temps du 6 avril 2016: inexactitude corrigée sur la version online (CSF RES n'est PAS la caisse de pension des employés de Credit Suisse)

## 2 Revitalisation: les objectifs

- a) Moderniser une galerie commerciale parvenue au bout de son cycle de vie (30 années d'exploitation sans rénovation)
- b) Rationnaliser et diminuer la consommation énergétique en modifiant le concept thermique (fermeture de la galerie avec des portes coulissantes)
- c) Refaire de Confédération Centre un espace public agréable et sécurisé, avec à la clé le renforcement de l'animation au centre-ville
- d) Mettre à la disposition des commerçants des surfaces commerciales de qualité, propices au développement de leurs affaires à moyen et long termes

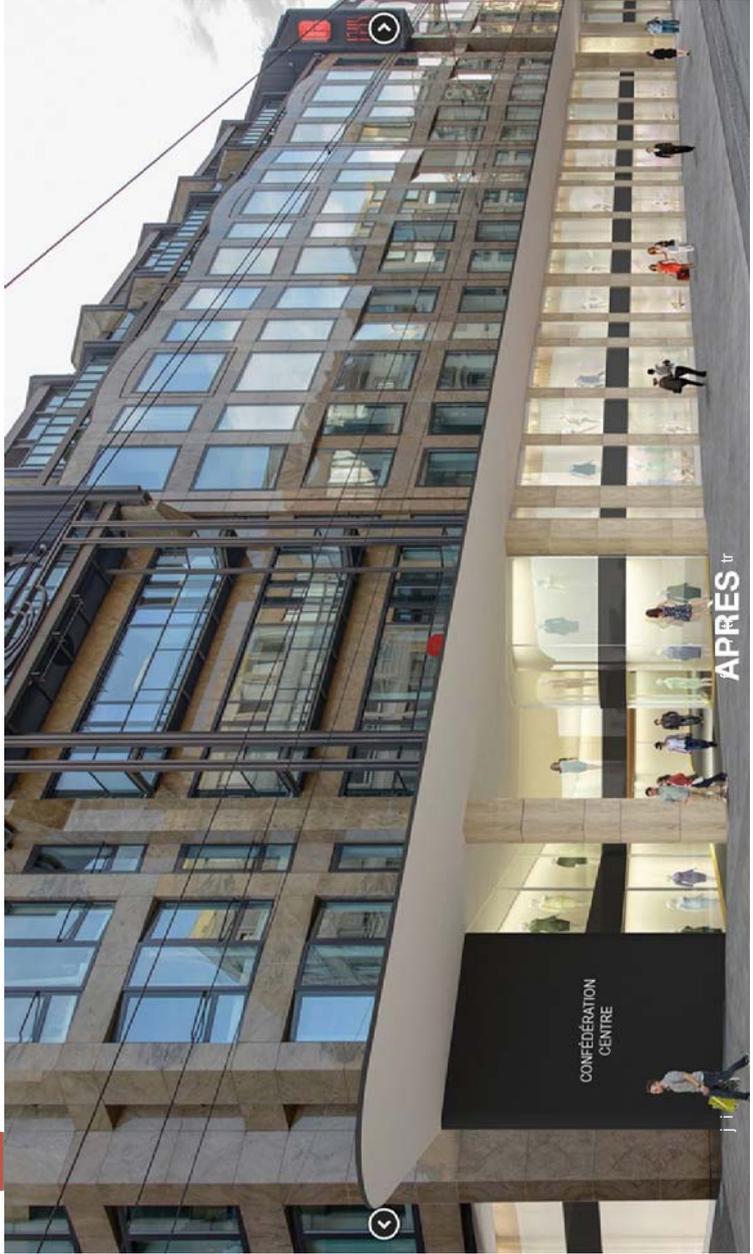
# 3 Concept architectural

## Extérieur (avant)



# 3 Concept architectural

## Extérieur (après)



# 3 Concept architectural

## Extérieur



# 3

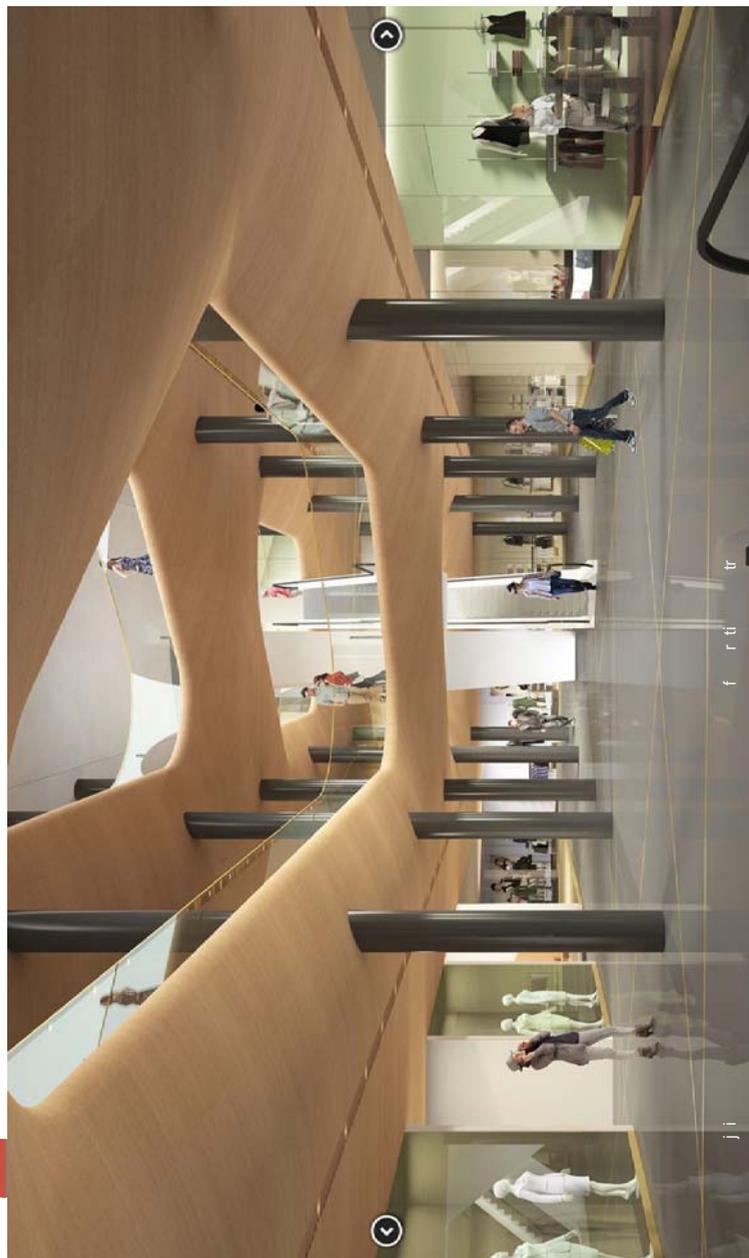
## Concept architectural

### Intérieur



# 3 Concept architectural

## Intérieur

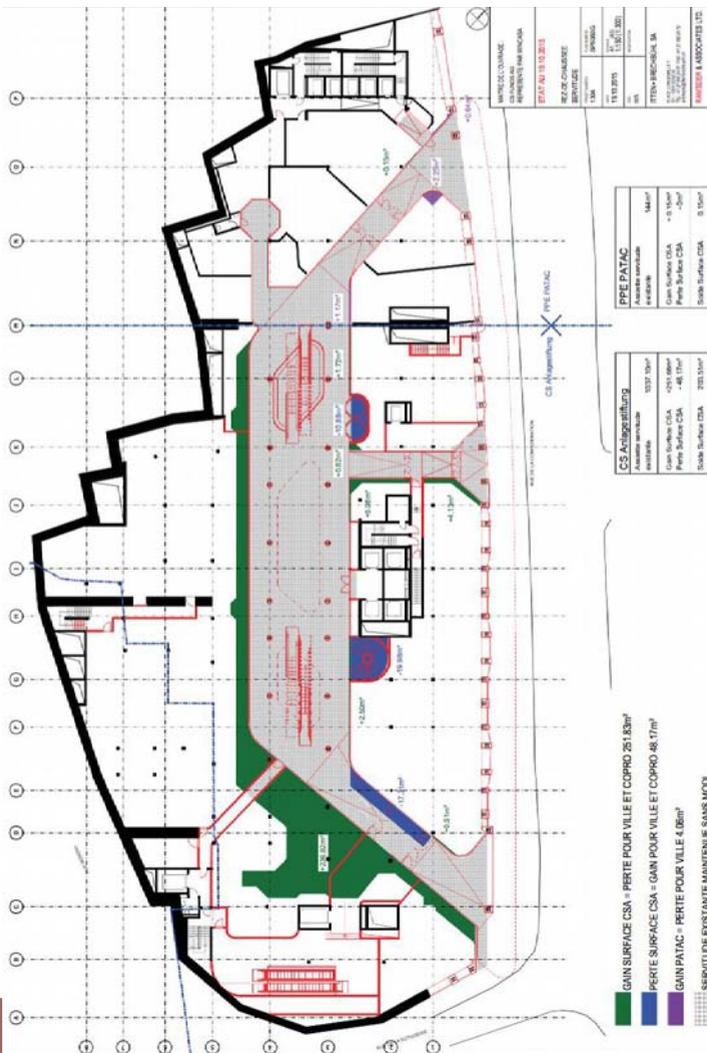


# 4 Modification des servitudes

- Le principe est maintenu: Confédération Centre restera un lieu de passage public
- Les légères modifications de l'assiette des servitudes de passage sont une conséquence du concept architectural



# 4 Modification des servitudes







# 5

## Calcul de l'indemnisation

- Surface concernée: 225,86 m<sup>2</sup>
- Valeur du m<sup>2</sup>: CHF 23'000.-
- Décote: 40%
- Indemnisation: CHF 3'116'868 répartis entre la ville de Genève et les deux autres copropriétaires à parts égales
- Montant versé à la ville de Genève: CHF 1'038'956

PATAC		Pertes	Gains	Total
Rez		0.00	4.21	4.21
1er		0.00	28.86	28.86
2ème		0.00	4.38	4.38
		0.00	37.45	37.45
BEIMONT		Pertes	Gains	Total
Rez		0.00	0.00	0.00
1er		0.00	0.00	0.00
2ème		0.00	0.00	0.00
		0.00	0.00	0.00
CSF		Pertes	Gains	Total
Rez		48.17	251.68	203.51
1er		37.25	46.26	9.01
2ème		72.40	48.29	-24.11
		157.82	346.23	188.41
<i>sous-total</i>		157.82	383.68	225.86
Ville		Pertes	Gains	Total
Rez		255.89	48.17	-207.72
1er		75.12	37.25	-37.87
2ème		52.67	72.40	19.73
		383.68	157.82	-225.86

# 5

## Calcul de l'indemnisation

- Surface concernée: 225,86 m<sup>2</sup>
- Valeur du m<sup>2</sup>: CHF 23'000.-
- Décote: 40%
- Clé de répartition: un tiers pour chacun des bénéficiaires (Patac, Bémont, Ville de Genève)
- Montant versé à la Ville de Genève: CHF 1'038'956

21 octobre 2015

**Concerne:** consensus d'experts sur les montants d'indemnisation pour les servitudes grevant les parcelles 6993 et 7000, Genève Cité.

Les experts immobiliers réunis le 21 octobre 2015 à Genève s'accordent, après analyse et discussion de détail, sur les éléments suivants:

- La **valeur moyenne** des surfaces concernées par les servitudes de **23'000 CHF le mètre carré**. Ce montant a été calculé sur la base d'un **taux moyen** de 1'300 CHF/m<sup>2</sup> p. a., capitalisé avec un taux de 3,6%, décomposé comme suit : taux net 4%, charges d'exploitation 1% et coûts d'investissement 0,6%.
- Les parties définiront les surfaces définitives des servitudes, qui seront multipliées par la valeur moyenne par m<sup>2</sup> ci-dessus pour obtenir la valeur totale de la part de servitude affectée.
- La valeur totale est ensuite réduite de **40%** afin d'obtenir la valeur d'indemnisation.
- La clé de répartition de cette indemnisation est **un tiers** pour chacun des bénéficiaires (Patac, Bémont, Ville de Genève).

  
Denise Dupraz  
GSA-architectures et expertises immobilières s.r.l.

  
Alexia Bonnet

  
Willet & Partner SA  
Harvè Frodovalux

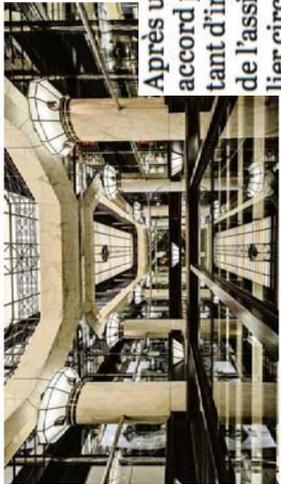
# 5 Le Temps du 6 avril (print)

6 Suisse

LE TEMPS DU 6 AVRIL 1958

## Confédération Centre, une mue filandreuse

**GENÈVE** Le permis de construire pour la transformation du centre commercial des Rue-Basses doit enfin être déposé. Un million de francs d'indemnités sera versé à chaque groupe de copropriétaires. Mais l'investisseur n'est toujours pas au bout de ses peines



NEUTRONS

Chaque fois que les permis de construire à Genève sont en jeu, les débats sont nombreux. C'est le cas pour le projet de transformation du centre commercial des Rue-Basses, situé dans le quartier de la Gare. Le permis de construire doit être déposé avant le 15 avril 2018. Mais l'investisseur, le groupe de copropriétaires des Rue-Basses, n'est toujours pas au bout de ses peines. Le permis de construire doit être déposé avant le 15 avril 2018. Mais l'investisseur, le groupe de copropriétaires des Rue-Basses, n'est toujours pas au bout de ses peines.

Le permis de construire doit être déposé avant le 15 avril 2018. Mais l'investisseur, le groupe de copropriétaires des Rue-Basses, n'est toujours pas au bout de ses peines.

Le permis de construire doit être déposé avant le 15 avril 2018. Mais l'investisseur, le groupe de copropriétaires des Rue-Basses, n'est toujours pas au bout de ses peines.

Après un an et demi de discussions, un accord principe a été trouvé sur le montant d'indemnisation lié à la modification de l'assiette (affinage des contours escallier circulaire, etc.). Ce sera 4,14 millions de francs, répartis à parts égales entre Patak, Bémont et la Ville de Genève.

Après un an et demi de discussions, un accord principe a été trouvé sur le montant d'indemnisation lié à la modification de l'assiette (affinage des contours escallier circulaire, etc.). Ce sera 4,14 millions de francs, répartis à parts égales entre Patak, Bémont et la Ville de Genève.

Après un an et demi de discussions, un accord principe a été trouvé sur le montant d'indemnisation lié à la modification de l'assiette (affinage des contours escallier circulaire, etc.). Ce sera 4,14 millions de francs, répartis à parts égales entre Patak, Bémont et la Ville de Genève.

Après un an et demi de discussions, un accord principe a été trouvé sur le montant d'indemnisation lié à la modification de l'assiette (affinage des contours escallier circulaire, etc.). Ce sera 4,14 millions de francs, répartis à parts égales entre Patak, Bémont et la Ville de Genève.

# Le Temps du 6 avril (online)



## La mue flandraise de Confédération Centre à Genève

Lancé depuis des années, le projet de transformation du centre commercial des Bouchardins en centre d'affaires est en cours d'achèvement. Mais l'investisseur n'est toujours pas au bout de ses peines.

Transformer une galerie marchande à Genève en un lieu pour des bureaux, c'est un défi. L'investisseur a donc engagé un architecte d'origine suisse pour concevoir un bâtiment moderne et durable. Le projet est en cours d'achèvement. Mais l'investisseur n'est toujours pas au bout de ses peines.

Le projet de transformation du centre commercial des Bouchardins en centre d'affaires est en cours d'achèvement. Mais l'investisseur n'est toujours pas au bout de ses peines.



Vue de l'intérieur du bâtiment, montrant les bureaux et les espaces communs.

Le projet de transformation du centre commercial des Bouchardins en centre d'affaires est en cours d'achèvement. Mais l'investisseur n'est toujours pas au bout de ses peines.

Le projet de transformation du centre commercial des Bouchardins en centre d'affaires est en cours d'achèvement. Mais l'investisseur n'est toujours pas au bout de ses peines.



Une galerie flaire, tout ce que ça fait.

Le projet de transformation du centre commercial des Bouchardins en centre d'affaires est en cours d'achèvement. Mais l'investisseur n'est toujours pas au bout de ses peines.



Une galerie flaire, tout ce que ça fait.

Le projet de transformation du centre commercial des Bouchardins en centre d'affaires est en cours d'achèvement. Mais l'investisseur n'est toujours pas au bout de ses peines.



Une galerie flaire, tout ce que ça fait.



Une galerie flaire, tout ce que ça fait.

Le projet de transformation du centre commercial des Bouchardins en centre d'affaires est en cours d'achèvement. Mais l'investisseur n'est toujours pas au bout de ses peines.



Une galerie flaire, tout ce que ça fait.

Le projet de transformation du centre commercial des Bouchardins en centre d'affaires est en cours d'achèvement. Mais l'investisseur n'est toujours pas au bout de ses peines.



Une galerie flaire, tout ce que ça fait.



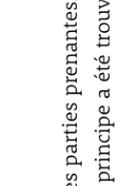
Une galerie flaire, tout ce que ça fait.

Le projet de transformation du centre commercial des Bouchardins en centre d'affaires est en cours d'achèvement. Mais l'investisseur n'est toujours pas au bout de ses peines.



Une galerie flaire, tout ce que ça fait.

Le projet de transformation du centre commercial des Bouchardins en centre d'affaires est en cours d'achèvement. Mais l'investisseur n'est toujours pas au bout de ses peines.



Une galerie flaire, tout ce que ça fait.



Une galerie flaire, tout ce que ça fait.

Le projet de transformation du centre commercial des Bouchardins en centre d'affaires est en cours d'achèvement. Mais l'investisseur n'est toujours pas au bout de ses peines.



Une galerie flaire, tout ce que ça fait.

Le projet de transformation du centre commercial des Bouchardins en centre d'affaires est en cours d'achèvement. Mais l'investisseur n'est toujours pas au bout de ses peines.



Une galerie flaire, tout ce que ça fait.

est qu'à son milieu, il faut l'unanimité des parties prenantes. Après un an et demi de discussions, un accord principe a été trouvé sur le montant d'indemnisation lié à la modification de l'assiette (affinage des couloirs, escalier circulaire, etc.). Ce sera un peu plus de 3,116 millions de francs, répartis à parts égales entre PATAK, Bémont et la ville de Genève.

# 6 Les locataires

## **Situation de départ (2012)**

- Pour des questions de sécurité, les locaux ne peuvent pas être occupés durant les travaux lourds du chantier. En conséquence, dès 2012, des discussions sont engagées avec les 42 locataires de Confédération Centre.

## **Situation aujourd'hui (avril 2016)**

- Des accords ont été trouvés avec 92,5% des locataires
- Des solutions seront trouvées d'ici au début des travaux avec les quelques locataires restants. C'est en bonne voie.

# 7 Le planning des travaux

- 22 mars 2016: AG extraordinaires PATAC et BEMONT pour voter le projet de rénovation de Confédération Centre
- Mai 2016: dépôt de la demande du permis de construire
- Automne 2016: décision du Conseil municipal
- Courant 2017: modification des servitudes au RF
- Courant 2017: entrée en force du permis de construire
- Janvier 2018: début des travaux
- Décembre 2019: inauguration de Confédération Centre revitalisé

# 8 Questions

## Vos interlocuteurs:

- Marc Comina, mandataire de Credit Suisse Fondation de placement, porte-parole du projet
- Peter Cloet, Wincasa, responsable Confédération Centre
- Olivier Pittet, Wincasa, chef de projet revitalisation Confédération Centre
- M<sup>e</sup> Christian Tamisier, avocat

**De :** Pierre.Bosson@ville-ge.ch  
**A :** jacques.pagan@vtxnet.ch, francois.mireval@cm.ville-ge.ch  
**Cc:** Marie.Fauconnet-Falotti@ville-ge.ch

---

**Date :** Mercredi 16 Mars 2016 17:05  
**Objet :** commission des finances, mardi 15/03/2016, Confédération Centre

---

Messieurs,

Veuillez trouver ci-après les documents demandés lors de la commission des finances de ce mardi 15 mars, concernant la PR-1168 "modification d'une servitude de passage public à Confédération Centre":

Voici les propriétaires des PPE concernées :

- **parcelle 6971** de Genève-Cité "PATAC" :  
CREDIT SUISSE ANLAGESTIFTUNG  
MIKALYS SA  
PHYGESTIM SA  
REALISATIONS IMMOBILIERES ET FINANCIERES A. FANNI ET CIE  
SI RUE DE LA CONFEDERATION 6 SA  
SOCIETE PRIVEE DE GERANCE SA  
BOUVARD Alain Edmond  
CHATELAIN Jean-Philippe  
LACHENAL Bernard Jacques  
LACHENAL Mercedes  
LAWI Jouri Saül  
LEMBO Antonio  
LEMBO Vittorio  
LEUBA Fabrice Marc  
LEUBA Florence Catherine  
MANDEL Anne Michèle  
MOREAU Hervé Stéphane Charles Marie  
PAHUD Mercédès Catherine Dominique  
PATWARY Anthony Mohan  
RUIZ Jorge  
SULLO Marcello  
UNG Huor  
VORMUS Jacques Henri

- **parcelle 6993** de Genève-Cité :  
CREDIT SUISSE ANLAGESTIFTUNG

- **parcelle 7000** de Genève-Cité "BEMONT" :  
AXS IMMOBILIEN AG (AXS REAL ESTATE LTD.) (AXS IMMOBILIER SA)  
BRASSERIE LIPP SA  
CREDIT SUISSE ANLAGESTIFTUNG  
LES ECREOUS SARL  
ALVES PEREIRA MARINHO Berta Maria  
BAILLY Xavier  
BARRETO RAMALHO ROSA Augusto Manuel  
BENOIT Gaston Edouard Jacques  
BHATTESSA Neal  
CARATSCH Annetta Margarita

COIMBRA Rima  
DUFAYRE Bernard Henri  
EL SOLH Majid  
LACHENAL Bernard Jacques  
MARTEL Frédéric Michel Guy  
MURAT Francis Alain Barthélémy  
POROLI INSELMO Paola  
ROCHE Marie-Claude Edmée Marthe  
SERIES Gérard Louis Marius  
SERIES Jean-Noël  
TASSY Anne-Marie Caroline  
VOLKOV Vasilij  
ZALCMAN Michelle Claire

Je reste à disposition pour tout complément et vous prie de croire à l'assurance de ma considération distinguée.

Pierre Bosson  
Gérant d'opérations foncières  
022 418 20 37

Pièces jointes :

Annexe 1_consensus_experts_2 0151021.pdf	Annexe 3_situation 1_2500.pdf	Annexe 3_situation 1_500.pdf	Annexe 2_Servitude plans surfaces_151019.pdf
16_03_15_Confédération n Centre.pdf			