



Bilan  
1204 Genève  
022/ 322 36 36  
www.bilan.ch

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Magazines populaires  
Tirage: 14'249  
Parution: 26x/année

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003  
Page: 16  
Surface: 61'904 mm<sup>2</sup>



Grâce à **Nespresso**, les exportations de café de la Suisse dépassent maintenant en valeur celles du fromage ou du chocolat.

# Comment expliquer le miracle suisse?

**PAR SERGE GUERTCHAKOFF** L'investisseur James Breiding publie un ouvrage où il passe en revue chaque secteur économique à la recherche des clés du succès du Swiss made. Verdict: le modèle n'est pas reproductible.



Bilan  
1204 Genève  
022/ 322 36 36  
www.bilan.ch

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Magazines populaires  
Tirage: 14'249  
Parution: 26x/année

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003  
Page: 16  
Surface: 61'904 mm<sup>2</sup>

**L**A DÉMARCHE A DÉJÀ été tentée, avec plus ou moins de succès. Peut-on réellement décrypter avec exactitude la recette du «miracle économique suisse»? Détenteur de la double nationalité suisse et américaine, cet ancien directeur de PricewaterhouseCoopers a relevé le défi. Son ouvrage de 500 pages revient sur de nombreuses success stories passionnantes et tente aussi d'imaginer l'avenir des différents secteurs économiques.

«Si les Suisses regardent avec suspicion l'intervention de l'Etat dans le développement industriel, c'est sans doute avec raison. En effet, quelle autorité, quel organisme chargé de la planification auraient pu deviner que l'industrie horlogère suisse allait être sauvée par une montre en plastique baptisée Swatch? Ou que du café compressé dans des capsules d'aluminium baptisé Nespresso allait connaître un

### LE MUR DU SECRET BANCAIRE A ÉTÉ ÉRODÉ À TEL POINT QU'IL NE PEUT PLUS ÊTRE CONSIDÉRÉ COMME UN AVANTAGE DU SECTEUR BANCAIRE

succès planétaire?» indique-t-il dans son introduction.

Quelles sont les clés du succès suisse? «Le dynamisme commercial et le succès industriel se sont développés sur un terrain structurel et politique propice. Il faut de réels entrepreneurs, lesquels savent franchir les obstacles.» Dont acte. James Breiding constate avec amusement que bon nombre d'entre eux n'étaient pas Suisses: Henri Nestlé était Allemand, Nicolas Hayek, d'origine libanaise, ou encore Pietro Bertarelli, Italien. «Le succès des immigrants résulte du contexte social helvétique, mais aussi de la mentalité inhérente à leur condition. La Suisse, à

cause de sa taille et de son multiculturalisme, n'a pas eu d'autre choix que d'apprendre à connaître et à s'ouvrir de façon sélective sur les cultures d'autres peuples», juge-t-il. Mais, comme il le reconnaît lui-même, «encore plus surprenant est le nombre d'entrepreneurs et hommes d'affaires suisses qui ont fait leurs preuves à l'étranger: César Ritz, Louis Chevrolet, Peter Voser (Royal Dutch Shell), Josef Ackermann ou encore Jorge Paulo Lemann.»

Sans s'y éterniser, James Breiding mentionne un autre atout majeur: la formation professionnelle, y compris l'apprentissage. Sur cet aspect, il vaut la peine de prendre connaissance d'un autre ouvrage récemment publié: *Formation: l'autre miracle suisse* (lire l'encadré page 18).

### Analyses détaillées

L'intérêt principal de l'épais ouvrage de Breiding réside dans ses analyses détaillées, secteur par secteur. Ainsi, le premier chapitre intitulé «Au commencement était le lait» retrace la saga Nestlé sur une trentaine de pages. Il revient sur le fait que,

grâce à Nespresso, les exportations de café de la Suisse dépassent maintenant en valeur celles du fromage ou du chocolat. Puis, pose la question de l'avenir. «Les consommateurs urbanisés, en pleine ascension sociale, sont de plus en plus dépendants de sociétés

qui inspirent confiance telles que Nestlé ou Lindt. Qui plus est, cette confiance acquise se transmet souvent de génération en génération. Les gens, en fin de compte, tendent à acheter à l'âge adulte les mêmes produits que ceux qu'ils appréciaient dans leur enfance (...). Nous pensons que cette forte croissance se poursuivra, surtout dans les pays en développement où vit la grande majorité de la population mondiale. (...) Pour Nestlé, les risques potentiellement fatals à moyen terme proviendraient très probablement d'accidents ou d'imprévisibles échecs de gouvernance.»

Que lui inspire l'avenir de l'industrie



Bilan  
1204 Genève  
022/ 322 36 36  
www.bilan.ch

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Magazines populaires  
Tirage: 14'249  
Parution: 26x/année

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003  
Page: 16  
Surface: 61'904 mm<sup>2</sup>

horlogère suisse, véritable microcosme du secteur technique qualifié européen?

«Dans les années 1790, lorsque Breguet développa la technologie qui allait transformer l'horlogerie, l'idée de porter une montre à son poignet tenait de l'absurde. Ce qui devrait constituer un avertissement: cela pourrait redevenir absurde. (...) Il se peut que l'industrie horlogère suisse soit déjà entrée dans un cycle comparable à celui des années 1970, soit avant la crise du quartz: elle produit chaque année moins de montres, alors que les prix moyens augmentent constamment.»

Et le tourisme suisse, un secteur primordial puisqu'il représente plus de 150 000 postes à plein temps?

«L'enrichissement de certaines populations des pays émergents est vraisemblablement une bonne chose pour la Suisse. Grâce à leur sens inné de l'accueil touristique, les Suisses ne devraient pas avoir de problèmes à exploiter ces nouveaux marchés.»

James Breiding fait parfois preuve d'audace. Ainsi avec l'analyse des «marchands silencieux» où il commence par rappeler la tradition du mercenariat et le fait que certains ont fait fortune avec ce commerce, tel Kaspar Jodok von Stockalper, avant de traiter du secteur du négoce. Son récit a le mérite de rappeler que cette activité s'inscrit dans une longue tradition.

L'auteur est convaincu que la position de la Suisse dans le négoce mondial «semble établie à demeure». Pour quelle raison? «La situation géographique du pays, le niveau de vie élevé qui contribue à attirer et à retenir les talents.» Et de conclure que «pour la Suisse, le négoce est bien plus qu'une activité ou qu'une source d'emplois ou de revenus fiscaux. Il est dans l'esprit du lieu.»

Très attendu, celui du chapitre consacré au secteur financier. Très justement, il résume la situation actuelle en écrivant que «le mur du secret bancaire a été érodé à tel point qu'il ne peut plus être considéré comme un avantage particulier du secteur bancaire suisse».

Au-delà de ce constat, il semble partager la vision de Stephan Schmidheiny selon laquelle «l'économie en serait plus équilibrée si la part des services bancaires se réduit de moitié sur la prochaine génération»... L'auteur encourage les Suisses à suivre l'exemple du fonds souverain norvégien, mais en percevant «une taxe spéciale sur les bénéfices des banques».

### Optimiste pour l'avenir

Enfin, dans sa conclusion, l'Américano-Suisse se veut serein quant à l'avenir économique du pays. Il estime que la Suisse a déjà affronté et surmonté des difficultés dans le passé, faisant toujours preuve d'une remarquable capacité d'adaptation. «L'histoire du rebond de l'industrie horlogère suisse dans les années 1990 illustre ce phénomène mieux que nul autre.»

A son avis, la Suisse est devenue une «marque» à part entière, faisant montre de caractéristiques similaires à celles de ses produits les plus reconnus. «Il est probable qu'elle ne sera plus ce vivier fertile et favorable à ces entreprises qui sont devenues des leaders mondiaux dans de si nombreux secteurs.» (...) A l'instar d'autres économies développées, la Suisse doit s'habituer à vivre avec une croissance faible et, par conséquent, avec des opportunités plus restreintes. Voilà sans doute ce qu'il faut retenir de son analyse prospective. ■

«Swiss made. Tout ce que révèle le succès du modèle suisse», R. James Breiding, Slatkine.