



ccig info

Bulletin d'information de la Chambre de commerce, d'industrie et des services de Genève

Editorial

Abolissons la taxe professionnelle

Grâce à la modification de la loi sur l'imposition des personnes physiques, 350 millions de francs seront redistribués aux contribuables jusqu'en 2012.

Il s'agit maintenant de poursuivre le chemin de la réforme et de s'attaquer à la taxe professionnelle, une relique napoléonienne. Cette taxe, inique, s'attaque aux entreprises puisqu'elle permet aux communes de prélever selon trois critères: le chiffre d'affaires, le loyer des locaux occupés et le nombre de collaborateurs. Les entreprises sont donc taxées, qu'elles fassent des bénéfices ou pas!

Le Conseil d'Etat, et son président en première ligne, ont qualifié cette taxe d'obsolète et de difficilement percevable. De plus, dans le cadre des négociations avec l'Union européenne (UE), sa suppression devient impérative. En effet, l'UE exige que la Suisse mette un terme au régime fiscal privilégié dont bénéficient les sociétés auxiliaires. A l'avenir, ces dernières pourraient être taxées au même taux que les autres entreprises. La suppression de la taxe professionnelle, selon le Conseil d'Etat, atténuerait les effets de ce changement de régime.

Pour la CCIG, cette taxe doit être supprimée, indépendamment des discussions avec l'UE. La question des recettes pour les communes a longtemps été mise en avant pour s'opposer à sa suppression. Or, la Ville de Genève, sa principale bénéficiaire, a enregistré ces dix dernières années sept exercices excédentaires dont plusieurs à un niveau supérieur aux recettes de la taxe professionnelle. A contrario, les plus petites communes en dépendent davantage. Pour faciliter la transition, l'abolition de la taxe professionnelle pourrait s'échelonner sur cinq ans. La taxe professionnelle est un impôt désuet qui alourdit les entreprises. Il convient en 2010 de la supprimer!

Jacques Jeannerat
Directeur



L'e-entreprise ne craint pas la crise

Le 27 mai dernier s'est déroulée à Genève la 4^e convention de l'e-commerce. L'occasion de faire le point sur un secteur qui, par des taux de croissance inégalés, suscite bien des convoitises, mais réserve son lot de difficultés.

Les esprits chagrins pourront toujours prétendre que la vente en ligne n'est qu'une variation numérique des catalogues envoyés à domicile. Si les principes de l'e-commerce n'en sont finalement pas si éloignés, aucun imprimé ne pourrait potentiellement atteindre 1,8 milliard d'internautes comptabilisés en décembre 2009, qui représentent 26,6% de la population mondiale. Il semble surtout inimaginable de suivre la progression exponentielle de ce support qui, il y a seulement 4 ans, ne dépassait pas les 900 millions d'utilisateurs. Pour se donner une idée de sa vitesse de propagation, il convient de la comparer aux 38 ans nécessaires à la radio pour n'atteindre que 50 millions d'auditeurs.

Les chiffres du commerce en ligne s'envolent aussi. En Europe, le marché devrait progresser de 20% en 2010. En Suisse, les ventes en ligne ne représentent aujourd'hui que 6% de tout le commerce de détail, alors

qu'il avoisine les 15% en Angleterre. Des taux de croissance qui laissent songeurs et qui attirent de plus en plus d'entreprises, voire des particuliers, dans cet Eldorado numérique. En effet, le web a recréé à très grande échelle la place du marché. Tout un chacun peut s'y installer et commencer à vendre. Il y aura toujours quelqu'un quelque part pour acheter quelque chose!

Seuls 5% des sites de vente sont rentables

En revanche, développer une activité commerciale de grande importance n'est pas si évident. Sur la multitude de sites qui fleurit, 5% sont rentables, environ 20% survivent, alors que les 3/4 périssent plus ou moins rapidement. A l'exception des grands succès du web (amazon, easyjet, swissquote, itunes, etc.), le fait est que les sites de vente qui génèrent le plus de profit sont ceux qui appartiennent à des sociétés ayant des points de vente physiques. Ce



modèle d'entreprise, appelé « bricks-and-clicks » par les Anglo-saxons, est couramment utilisé par des marques qui possèdent déjà une chaîne d'approvisionnement sûre et une logistique éprouvée. Il leur est plus facile, en raison de leur notoriété et de moyens financiers conséquents, de s'établir sur le web. Le rachat en 2006 de LeShop.com par la Migros (voir encadré) corrobore cette idée. La plupart des grandes enseignes de vente (à l'exception de celles franchisées ou des coopératives qui n'ont pas résolu les problèmes de répartition du produit des ventes en ligne) ont une boutique virtuelle qui peut proposer une infinité de références,

qui dispose d'une clientèle mondiale et peut changer sa vitrine (sa page d'accueil), à tout moment. Ces boutiques virtuelles offrent de nouveaux débouchés (géographique, clientèle différente) à leurs produits.

Les articles de grande consommation en tête des ventes

Les produits les plus souvent commandés par le biais des sites de vente sont ceux de consommation courante. Les livres occupent le haut du classement, suivis du matériel informatique, des programmes informatiques et des habits.

[suite en page 2 >](#)

Délégation au Brésil

La CCIG, l'OPI et SwissMedia vous invitent à participer à cette délégation officielle. Pays le plus peuplé d'Amérique latine et 5^e plus grand territoire du monde, le Brésil est le plus important partenaire commercial de la Suisse en



Amérique latine. Quelque 250 entreprises suisses y emploient plus de 87 000 personnes.

[page 3 >](#)

Assistance juridique

Un accord signé début 2010 permet aux membres de la CCIG d'utiliser le Service d'Assistance Juridique Et Conseils (SAJEC) de la FER Genève à des conditions préférentielles. Ils trouvent ainsi réponse à leurs questions en



matière de droit du travail, d'AVS, de deuxième pilier et de droit des assurances sociales.

[page 4 >](#)

Info entreprises

Clinique des Grangettes Genève

Retrouver un ventre plat après l'accouchement est une préoccupation importante pour les jeunes mamans, qui va au-delà de considérations

purement esthétiques. Tatiana Selz, physiothérapeute aux Grangettes, les aide à réapproviser leur corps tout en le tonifiant par une gymnastique appropriée.

[page 7 >](#)

Sommaire

Editorial: Abolissons la taxe professionnelle	p.	1
Dossier: L'e-entreprise ne craint pas la crise	pp.	1-2
Commerce international	p.	3
Vie de la Chambre	pp.	4-5
Gaz naturel carburant	p.	6
Info entreprises	p.	7
Agenda	p.	8

suite de la page 1 >

Pour les consommateurs, les avantages résident dans les prix d'achat, souvent moins chers, mais auxquels il faut ajouter les coûts de livraison et les frais de douane souvent oubliés. Le confort d'achat (pas besoin de se déplacer, d'être au milieu de la foule des fins de semaine) et les horaires libres sont également prisés par les internautes. En revanche, les marchandises commandées sont livrées dans des délais parfois longs, il n'est pas possible de les essayer ou de bénéficier des conseils d'un spécialiste. Il est aussi intéressant de relever que le canal de distribution, le site web en l'occurrence, a permis l'émergence de nouvelles références, les produits numériques (musique, images, textes, applications ou le matériel qui permet de les lire). Ces produits généreront bientôt le plus gros des revenus du commerce électronique en raison de leur parfaite adéquation au canal de distribution et, surtout, de la disparition des problèmes d'acheminement.

La logistique, point faible de l'e-commerce

La logistique, aussi bien le stockage que la livraison, est sans conteste la difficulté majeure à laquelle les entreprises de commerce électronique doivent faire face. Cédric Ricou, créateur d'emaloja, société spécialisée dans le commerce en ligne, insiste sur l'importance de la logistique dans la réussite d'un site de vente: « La logistique représente 50% de la réussite d'une activité d'e-commerce. Le niveau des commandes doit toujours être garanti, les délais rester courts et certains. C'est une caractéristique de la sélection de l'offre par le client. La logistique apporte un avantage concurrentiel déterminant qui permet d'augmenter et de fidéliser sa clientèle. Elle est déterminante, car rien ne sert d'être le plus compétitif du marché si le produit n'arrive pas à destination. »

Pour un e-commerçant, il peut être judicieux de sous-traiter l'aspect logistique, car il pourra ainsi se concentrer sur son activité principale. En effet, assumer de brusques changements de flux et être capable d'assurer un service comparable pour une commande d'un ou de 10 000 articles ne s'improvise pas. Les logisticiens ont des systèmes de traçabilité qui permettent au client final de suivre l'avancement de sa commande et aux commerçants de connaître en permanence l'état de leur stock.

Attirer le chaland

Autre difficulté majeure, il faut générer du trafic sur le site. Cela correspond à l'emplacement pour un magasin. La fréquentation d'une rue a un impact direct sur l'acte de vente. C'est identique sur la toile. Les internautes doivent passer pour s'arrêter. Pour ce faire, C. Ricou préconise l'utilisation des bannières, des liens commerciaux, des réseaux sociaux, de l'e-mailing et de programmes d'affiliation. Il faut aussi bien entendu insister sur le référencement pour se retrouver en tête des recherches sur Google.

Les perspectives du commerce en ligne sont excellentes, ceci d'autant plus que les téléphones mobiles entrent en jeu et permettent d'effectuer des achats à tout moment (voir le 2^e encadré). Pourtant, si l'avenir de la branche semble radieux, il ne faut pas croire que tout le monde peut s'y lancer. Gagner de l'argent sur Internet ne s'improvise pas. La vente en ligne est un nouveau modèle commercial qui nécessite une organisation sans faille, une maîtrise de la communication web, un back office performant et une méthodologie rigoureuse. La concurrence y est encore plus féroce que sur le marché physique et les acteurs installés semblent peu disposés à partager les fruits juteux de ce jardin des Hespérides. ■

Frédéric Vormus

LeShop.ch



LeShop.ch est le leader suisse de la vente de détail sur

Internet. En 2009, ses ventes ont atteint 132 millions de francs, une augmentation annuelle de 18%. Guy Vibourel, directeur de Migros-Genève, revient sur les liens entre le géant orange et LeShop.ch.



Guy Vibourel, directeur général Migros-Genève

Pourquoi la Migros a-t-elle racheté LeShop.ch en 2006?

La Migros avait déjà un site Internet qui vendait les articles de nos supermarchés. Il n'était pas rentable en raison de problèmes de volume et de

logistique. Comme LeShop.ch était dans le même cas, nous voulions combiner nos offres. La Migros pensait atteindre une masse critique suffisante pour rationaliser la logistique, l'ensemble de la chaîne de valeur ajoutée et parvenir à un seuil d'équilibre. C'est exactement ce qui s'est passé. En rassemblant les deux enseignes, nous avons construit un grand centre commercial virtuel.

Comment expliquez-vous les bons chiffres de LeShop.ch?

Une progression de 18% du chiffre d'affaires représente un taux normal pour une start-up. Il s'agit d'un nouveau marché sur lequel la Migros est entrée avec une offre très large et une qualité de service certaine. Il faut dire que les habitudes des consommateurs diffèrent un peu. 43 000 ménages effectuent au moins une fois par mois leurs grandes courses de la

semaine par Internet. En raison du confort d'achat, ils ont tendance à dépenser un peu plus. Un panier électronique moyen s'élève à 228 francs.

Pourquoi investissez-vous autant pour un volume qui n'est pas si important?

Les 132 millions de tout notre commerce suisse en ligne ne représentent que le volume d'un seul grand supermarché. Mais nous devons déjà occuper ce créneau, car ainsi nous élargissons notre clientèle.

Qu'est-ce que demandent les utilisateurs de LeShop.ch?

Les clients souhaiteraient plus de souplesse dans les délais de commande. Ils veulent commander plus tard et recevoir la livraison à l'heure choisie. C'est donc du côté de la logistique que nous devons améliorer notre offre.

Une boutique mobile



Lorin Voutat, figure de

l'entrepreneuriat à Genève, s'est associé à de jeunes ingénieurs pour fonder Abonobo SA, société qui propose des plateformes pour téléphones mobiles. Le mE-commerce (commerce mobile) est l'une de leurs spécialités.



Lorin Voutat

Le commerce sur téléphone portable va-t-il rencontrer le même succès que sur ordinateur?

Un plus grand encore! Le nombre d'utilisateurs de téléphones portables va dépasser les 5 milliards et la proportion de possesseurs de smartphone ne

fait qu'augmenter. Ces appareils sont principalement utilisés pour aller sur Internet. Puisque l'acte d'achat est très souvent spontané et que le portable est toujours à proximité de son propriétaire, la vente va pouvoir se réaliser très facilement. C'est pourquoi les entreprises devraient développer des applications pour téléphones mobiles.

Les transactions par téléphone portable sont-elles sûres?

Les transactions par téléphone portable sont tout aussi sûres que celles sur des ordinateurs dans la mesure où les codes malveillants y sont moins fréquents. L'échange d'informations étant lui-même sécurisé par des protocoles de communication robustes, les prin-

cipales menaces se trouvent dans les bases de données et dans l'environnement de l'utilisateur. Pour un téléphone qui n'a pas été altéré (jailbreaking), ce second type de menaces est aussi réduit.

A quoi ressemble un magasin mobile?

Nous avons développé une application pour La Redoute - Suisse, la grande enseigne de vente par correspondance. Elle permet de naviguer, en mode portrait ou paysage, dans le catalogue entier de La Redoute tout en limitant la quantité de données téléchargées. La recherche d'un article est facilitée grâce à un système de propositions et aux critères de recherche avancée. L'ergonomie, intuitive, se rapproche le plus possible d'un geste naturel et la commande du panier entier est faite d'un simple tapotement.



17 SEPTEMBRE 1755, fondation de Vacheron Constantin.

FONDÉE EN 1755, SUR LE LAC À GENÈVE. ET TOUJOURS LÀ.

VACHERON CONSTANTIN
Manufacture Horlogère, Genève, depuis 1755.



Délégation officielle au Brésil: réservez dès aujourd'hui votre place!

La CCIG, en collaboration avec l'OPI et SwissMedia, vous invite à prendre part à la délégation officielle qui se rendra au Brésil du 18 au 22 octobre prochain. Principal partenaire commercial de la Suisse en Amérique latine, le Brésil deviendra la 5^e économie de la planète en 2014.

A propos du Brésil

Territoire le plus peuplé d'Amérique latine (190 millions d'habitants), le Brésil partage des frontières avec tous les pays d'Amérique du Sud, à l'exception du Chili et de l'Equateur. C'est aussi, en superficie, le 5^e plus grand territoire au monde. Membre du Mercosur, le pays est le plus important partenaire commercial de la Suisse en Amérique latine. Plus de 250 entreprises suisses s'y sont déjà établies qui emploient plus de 87 000 personnes.

Le Brésil a le plus important PIB total d'Amérique latine. En 2009, la taille de l'économie brésilienne a dépassé celle du Canada. Aujourd'hui, elle atteint les 1572 milliards de francs suisses. L'économie brésilienne aborde cette nouvelle décennie en fanfare: taux de croissance revu à la hausse, relance de l'emploi, bénéfices record pour les banques et dynamisme du marché intérieur.

Beaucoup saluent la naissance d'un nouveau « tigre latino-américain ». Les spécialistes estiment qu'en 2014 le Brésil se hissera au 5^e rang des économies mondiales, devant la France et le Royaume-Uni. Son entrée sur la scène internationale est symbolisée, notamment, par l'organisation de la Coupe du Monde de Football en 2014. S'il était encore besoin de vous convaincre, ne ratez donc sous aucun prétexte cette mission économique au Brésil! Un programme personnalisé, riche en rencontres pour aborder ou développer ses affaires dans le pays.

Programme de la mission à São Paulo

La mission se déroule à São Paulo du 18 au 22 octobre prochain. São Paulo, située au sud-est du pays, est la capitale de l'Etat du même nom. Plus grande ville du Brésil, elle en constitue également le principal centre financier, commercial et

industriel. São Paulo dispose de tout type d'industries et de commerces, dont entre autres l'automobile, l'aéronautique, l'électronique, la métallurgie. La plupart des sociétés internationales y possèdent un siège social pour produire, vendre ou exporter depuis le marché brésilien.

Les rencontres et visites suivantes sont prévues pendant votre séjour:

- Entre trois et cinq rencontres personnalisées adaptées aux attentes de chaque participant et accompagnées de traducteurs
 - Deux soirées officielles avec possibilité de rencontres
 - Participation à l'événement « Promotion des investissements en Suisse » organisé par le Swiss Business Hub de São Paulo, rencontres avec des CEO d'entreprises brésiennes
 - Rencontres avec des officiels brésiliens, directeurs de cabinet, etc.
 - Visites communes d'entreprises suisses installées au Brésil (ABB, Nestlé, etc.), mais aussi brésiennes telles que Embraer
- Prix du voyage par personne 7500 CHF*

Ce prix comprend également: les vols aller-retour Genève – São Paulo en classe économique, les transferts et le bus sur place pour les visites réalisées en commun, l'hébergement à São Paulo (hôtel 3* avec petit déjeuner - chambre individuelle), les repas pris en commun.

Continuation de la mission avec un week-end découverte à Rio de Janeiro

- Une possibilité de continuation vers Rio de Janeiro selon les souhaits des participants est possible. Ce forfait s'ajoute à la formule initiale. Il se déroule les **23 et 24 octobre**, avec un retour depuis Rio (arrivée le lundi 25 à Genève)
- Prix du week-end par personne 900 CHF*

Rio de Janeiro est la deuxième plus grande ville du Brésil après São Paulo. Capitale culturelle et touristique, elle accueillera les Jeux Olympiques en 2016. ■

Joignez-vous au voyage!

Renseignements complémentaires et inscriptions:
Philippe Meyer: p.meyer@ccig.ch
ou par téléphone au 022 819 91 11



São Paulo, capitale économique de l'Amérique latine

Création du Cercle d'Affaires Suisse-Afrique (SABC)



Association B2B créée en mars dernier, le Cercle d'Affaires Suisse-Afrique

(SABC) s'adresse aux entreprises suisses actives en Afrique subsaharienne ou souhaitant y développer des relations d'affaires.

La Compagnie Benjamin de Rothschild, BGI Groupe Castel, Cotecna et Weiss+Appetito font partie des membres fondateurs de ce cercle, dont l'objectif est de mettre à la disposition de ses membres des services de conseils, un réseau, des informations actualisées et dédiées pour promouvoir leurs intérêts. Le SABC veut être une plate-forme d'échanges

d'idées, d'expériences, de projets favorisant les opportunités d'investissements et les partenariats entre membres. Des événements tels que des déjeuners d'affaires, des tables rondes et des voyages d'affaires en Afrique seront proposés auxquels seront conviées des personnalités du monde des affaires tant suisses qu'africaines. ■

Renseignements et adhésions
Swiss-African Business Circle
c/o Rainbow Unlimited GmbH
Depotstrasse 4, 3012 Berne, Suisse
Tél. +41 (0)31 534 47 14
www.sabc.ch - info@sabc.ch

crp la pensée management

Les formations «executive» pour chefs d'entreprises ou cadres dirigeants



Cours de direction d'entreprise - cde
Une formation de type «executive MBA» en français, globale et pluridisciplinaire, pour développer vos compétences stratégiques. Axée

sur les problématiques qui vous sont propres, elle s'adapte à une vie professionnelle intense.

Cours de 28 jours en 6 sessions de 4 jours.
Inscription jusqu'au 15 juin 2010 sur www.crpm.ch



Nouveau!

Séminaires de direction d'entreprise - cde*

Des formations continues pour dirigeants permettant de découvrir de nouveaux concepts de management et de nouvelles pratiques tout

en rechargeant vos batteries en prenant la distance nécessaire.

Séminaires de 2 jours basés sur l'échange et la pratique, animés par des intervenants d'exception.
Inscription sur www.crpm.ch/cdeplus

Renseignements sur www.crpm.ch ou au 021 341 31 53
ou par mail à executive@crpm.ch

SAJEC: une aide juridique pour les entrepreneurs

Grâce à un accord signé en début d'année, le Service d'arbitrage et de médiation de la CCIG est désormais ouvert aux affiliés de la FER Genève, tandis que les membres de la Chambre peuvent utiliser son Service d'Assistance Juridique Et Conseils (SAJEC) à des conditions préférentielles. Olivia Guyot, directrice du SAJEC, nous le présente.

Qu'est-ce que le SAJEC?

Olivia Guyot: Le SAJEC a été créé en 1984 par la FER Genève pour répondre aux besoins des membres qui sollicitaient, toujours de manière informelle, les juristes de la Fédération sur des questions de droit du travail, mais aussi, puisque nous gérons des caisses d'allocations familiales, d'AVS et de deuxième pilier, des questions relatives au droit des assurances sociales. Une association à but non lucratif a été créée pour renseigner, conseiller et assister les employeurs sur toutes les prestations liées au droit du travail, aux assurances sociales et aux permis de travail. Aujourd'hui, le SAJEC compte près de 1400 adhérents.

Pourquoi ne pas avoir directement intégré cette association à la FER Genève?

Elle fait partie de la Fédération! Le SAJEC est l'une des associations membres de la FER Genève. Il faut se rappeler que notre Fédération compte près de 70 associations professionnelles dont la majorité a confié la gestion de son secrétariat à notre Fédération. La FER Genève a simplement voulu formaliser cette aide juridique. Cela a permis de donner une valeur à ces services en les facturant. Nous demandons une cotisation annuelle de 500 CHF pour les membres de la FER Genève et de 1000 CHF pour les non-membres. Depuis le début de l'année, nous proposons également aux membres de la CCIG un accès à ces services pour 750 CHF. Cette cotisation n'in-

clut que les conseils de base, cela signifie que l'on puisse y répondre sans recherches juridiques approfondies ou/et d'écritures. En fait, nous ne sortons pas du cadre usuel d'une permanence juridique. Lorsque nous rédigeons des écritures, des contrats ou des règlements du personnel par exemple ou si nous donnons des avis de droit circonstanciés avec des références juridiques, nous facturons des honoraires pour un montant de 250 CHF par heure.

Quelles sont les prestations du SAJEC?

Nous offrons une assistance et des conseils juridiques aux employeurs pour des questions de droit du travail, d'assurances sociales et de permis de travail. Nous assurons une permanence journalière de 8h30 à 12h et de 13h30 à 17h. Puisque nous sommes reconnus comme mandataire professionnellement qualifié, nous pouvons assister nos clients, les employeurs, devant la juridiction des Prud'hommes genevoise en conciliation, en première instance et en appel. Malheureusement, l'assistance ne peut pas se poursuivre au Tribunal fédéral, mais nous rédigeons des mémoires signés par le client lui-même.

Vous assistez les employeurs aux Prud'hommes: dans quelle mesure des médiations ne pourraient-elles pas être initiées dans ce cas précis?

Effectivement, en vertu de l'accord signé entre la FER et la CCIG, si

nous pouvons recommander la médiation, nous le faisons. Cependant, aux Prud'hommes, la procédure est gratuite alors que la médiation ne l'est pas. D'ailleurs, nous n'initions presque jamais la procédure. Dans 99% des cas, elle provient de l'employé. Nos clients employeurs répondent à une convocation. La balle n'est que rarement dans notre camp. Bien sûr, nous encourageons la médiation en général. Dans le domaine du droit du travail néanmoins, tant que les procédures judiciaires seront gratuites, elles conserveront un avantage certain.

Quels sont les services le plus demandés?

Le droit du travail, sans hésiter. De la question basique jusqu'à la rédaction d'un contrat de travail ou d'un règlement du personnel qui va s'appliquer à des centaines de collaborateurs.

Pouvez-vous nous donner un exemple concret d'action du SAJEC?

Je vais vous présenter un cas simple qui a donné lieu à une décision que je trouve très saine de la juridiction des prud'hommes. Nous avons assisté un employeur aux Prud'hommes contre l'un de ses ex-employés. Ce dernier travaillait comme chauffeur-livreur. Parmi ses tâches, il devait apporter des sommes d'argent à la banque. Elles pouvaient varier de 300 à 2000 CHF. A plusieurs reprises, son



Olivia Guyot, directrice du SAJEC

employeur lui a rappelé les précautions élémentaires à prendre lorsque l'on transporte de l'argent confié, comme ne pas laisser son argent dans sa poche arrière en raison des risques de vol. A l'occasion d'une livraison, le livreur laissa la portière de son véhicule de livraison ouverte avec une enveloppe contenant 800 CHF sur le siège passager. A son retour, l'enveloppe avait disparu. L'employeur lui reprocha de n'avoir pas fermé la portière à clé.

L'employé reconnut les faits et accepta de rembourser la somme. On lui retint donc 100 CHF chaque mois, jusqu'à concurrence du remboursement de la somme de 800 CHF. Le contrat de travail se termina quelques mois plus tard pour une autre raison. Suite à cela, l'employé déposa une demande de remboursement aux Prud'hommes

en arguant qu'il ne pouvait être tenu pour responsable du dommage causé à l'employeur, le vol/la perte d'argent confié à l'employé par l'employeur faisant selon lui partie du risque de l'entreprise. En conciliation, aucun accord ne fut trouvé. Des employés témoignèrent. Le patron confirma qu'il avait demandé plusieurs fois à l'employé de faire attention et argua en outre que cela tombait sous le sens de fermer son véhicule à clé lorsque l'on transporte de l'argent. Les juges prud'hommes ont coupé la poire en deux et demandé à l'employeur de rembourser 400 CHF à l'employé en retenant un partage des responsabilités entre l'employeur et l'employé, chaque partie assumant les siennes. Tout le monde était satisfait par ce jugement: l'employeur, l'employé et moi-même. ■

Propos recueillis par Frédéric Vormus

NEVER
LOOK
BACK



www.citroen.ch



CITROËN DS3
ANTI RETRO



CITROËN

CRÉATIVE TECHNOLOGIE

CITROËN
GENÈVE

Citroën (Suisse) S.A. - Succursale de Genève - Route des Acacias 27 - 1211 Genève 26

www.citroen-geneve.ch

Vie de la Chambre

Bienvenue

aux nouveaux membres admis lors de la séance du Conseil de la CCIG du 17 mai 2010

ADDAX PETROLEUM SERVICES Ltd.

Société travaillant dans l'industrie pétrolière
www.addaxpetroleum.com

ALIPOUR-TEHRANY Behzad

Conseiller indépendant, affaires Suisse-Iran

ARTYS SUISSE SA

Importation de matériel de télésurveillance, vidéo-surveillance et contrôle d'accès
www.artys.ch

BLC, BUSINESS CLUB BELGO-LUXEMBOURGEOIS EN SUISSE

Chambre de commerce
www.blc-cci.ch

BOULANGERIE INDUSTRIELLE SA

Fabrication de produits de boulangerie et pâtisserie
www.bisa.ch

4C DEVELOPEMENT Sàrl

Développement et commercialisation d'un logiciel propre
www.4c-development.com

CODEX INVESTMENT SA

Exploitation d'immeubles

COMCHEVROLET SA

Société de communication
www.comchevrolet.ch

COMIT SA

Prestataire expérimenté de solutions informatiques dans le secteur de la finance
www.comit.ch

CREART EVENTS SA

Société d'édition
www.createvents.ch

DEBITORS MANAGEMENT SA

Société de recouvrement de créances, renseignements commerciaux
www.debitors.ch

EQUINOX CONCEPT SA

Agence de publicité par l'objet
www.equinoxconcept.ch

EVERSHEDS SCHMID MANGAET

Cabinet d'avocats
www.eversheds.ch

FACCHINETTI AUTOMOBILES (Genève-Meyrin) SA

Exploitation de garages automobiles
www.facchinetti.ch

FINARC SA Financial Analysis Research Consulting

Bureau de gérance de patrimoine et de conseils financiers
www.finarc.ch

FIRSTEC SA

Centre de production de modules électroniques - www.firstec.ch

GLOBALVISION

Agence de communication visuelle
www.globalvision.ch

IDDI INFORMATIQUE Sàrl

Société de IT services/Informatique
www.iddi-informatique.ch

INSTITUT D'EXPERTISE DES BEAUX-ARTS SA

Analyses scientifiques d'œuvres d'art
www.faei.org

NATHALIE HERREN

Gestion de conflit, changement, médiation

LES ARTISANS DU LÉMAN SA

Entreprise de menuiserie, d'agencement
www.bianchetti.ch

OLYMPE THALASSO ET SPA

Gestion de centres de thalasso et spa
www.olymp-thalasso.com

OUK & PARTENAIRES Sàrl

Courtiers en Assurances
www.ouk-partenaires.ch

Monsieur Guy PFAMMATTER

C/o Helvetia Assurances, Agence Générale de Genève Senior Consultant, membre individuel
www.helvetia.ch

PGSA La pub par l'objet

Atelier de création d'objets personnalisés
www.pgsa.ch

PSS SA

Service en informatique
www.pss.ch

QUADRISOFT SA

Agence de concepteur de logiciels de gestion
www.quadrisoft.com

ROCHEMONT INDUSTRIES SA

Trading commodities & Oil products
www.rochemont.synthasite.com

SALON DES CHOCOLATIERS Sàrl

Promotion des chocolatiers
www.salondeschocolatiers.com

SECRETS DE MAQUILLAGE

Institut de beauté
www.secrets-de-maquillage.ch

SENSOMETRIX SA

Société de sécurité
www.sensometrix.ch

SERVETTE FOOTBALL CLUB 1890 SA

Club de football
www.servettefc.ch

SUPERNOVA Design & Communication Sàrl

Agence de communication et de design
www.bysupernova.com

SWICA ORGANISATION DE SANTE

Compagnie d'assurance maladie, succursale
www.swica.ch

TEXTES XAVIER PELLEGRINI

Rédaction et traduction de documents

VIA CAVOUR

Prêt-à-porter féminin et accessoires

VOX INSTITUTE SA

Ecole spécialisée en expression orale et psychologie de la communication
www.vox-institute.ch

XTR Sàrl - Gotcha Events

Loisirs - Evénements
www.gotcha-events.com

Sponsors



2010



UN SERVICE SUR MESURE POUR CHACUN DE NOS CLIENTS ENTREPRISE.

C'est parce que nous avons appris à gérer des besoins pour des entreprises qui ont 1'000 collaborateurs que nous sommes très pointus pour celles qui en ont aujourd'hui 10.

intras.ch – Gagner en confiance. Gagner en assurance.



Société du Groupe CSS



Publirédactionnel

Gaz naturel carburant, roulez plus propre et plus économique

L'évolution du prix de l'essence et du diesel ainsi que la prise de conscience écologique de plus en plus forte ont permis au gaz naturel carburant (GNC) de prendre son envol et de s'imposer comme une solution fiable pour une mobilité responsable.

Le GNC, qu'est-ce que c'est?

Déjà largement utilisé pour chauffer les ménages et l'eau, cuisiner et produire de l'électricité, le gaz naturel s'utilise également sous forme de carburant automobile.

C'est tout simplement le carburant fossile le moins polluant, et ce, à tous les niveaux.

Le GNC contient 10% de biogaz. Son extraction et son acheminement sont bien moins énergivores que ceux du pétrole, et, à rendement énergétique équivalent, sa combustion dégage 60% à 95% de substances polluantes en moins par rapport à l'essence ou au diesel. Pour l'environnement, le GNC, c'est une solution durable et disponible immédiatement.

Faites le plein... d'avantages

Grâce à ses bonnes performances environnementales, un véhicule GNC bénéficie de nombreux avantages financiers:

- une subvention de CHF 1'000.- à l'achat, versée par SIG et Gaznat;
- jusqu'à 30% de rabais sur votre assurance automobile;
- un prix à la pompe 30% inférieur à celui de l'essence.

Soumis à des tests de sécurité rigoureux, les véhicules équipés au GNC

ne souffrent d'aucune perte lors du remplissage du réservoir (pas d'émissions nocives pour la santé).

Ce carburant est aussi sûr que l'essence ou le diesel.

Quant au réseau de distribution, de nouvelles stations vont venir s'ajouter aux quatre déjà présentes sur le canton de Genève et ainsi confirmer son extension. Les conducteurs genevois trouveront aussi:

- plus de 30 stations en Suisse romande;
- près de 120 stations au niveau national.

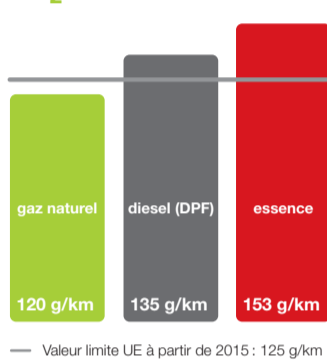
En comparaison, la France dispose de 31 stations, l'Italie de 652 et l'Allemagne de 804.

Le GNC sur le canton de Genève

Des véhicules GNC sont en vente chez les garages partenaires:

- AMAG Automobiles et Moteurs S.A.
- Italian Motor Village Geneva (Fiat)
- Opel GrimmCentre
- Citroën Suisse S.A.

Comparaison des émissions de dioxyde de carbone (CO₂) et méthane



Etude EMPA 2007

Et pour faire votre plein:

- Shell Libellules
- Shell Acacias
- Agip Chambésy
- BP Pallanterie

Pour en savoir plus:

www.vehiculeagaz.ch



Prochain rendez-vous en septembre

Ouverture du marché de l'électricité:

.....
séminaire d'information pour les clients
dont les sites consomment plus de
100'000 kWh/an



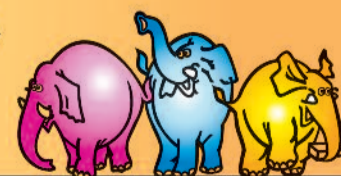
Votre déménagement est une chose beaucoup trop sérieuse pour se passer des meilleurs

laissez-nous vous aider !

Car le déménagement et le transport, nous aimons, c'est notre métier !

 **selfbox.ch**
www.selfbox.ch - Tél. 021 807 30 25

Location d'espaces de rangement
et de véhicules utilitaires
Vente "on-line" et directe,
de cartons et de matériel d'emballage



BALESTRAFIC
www.balestrafic.ch - Tél. 022 308 88 00

Info entreprises

United Airlines



Gros plan sur la compagnie et sa ligne directe entre Genève et Washington D.C. opérée quotidiennement depuis le 20 avril 2009



Entretien avec Grégoire Dutoit, Responsable des ventes pour la Suisse Romande pour United Airlines à Genève.

Il y a presque une année, United inaugurerait sa ligne non-stop entre Genève et Washington DC. Quelles raisons ont motivé ce choix et est-ce que cette ligne fonctionne bien ?

Nous pensons que Genève possède un fort potentiel de voyageurs à haute contribution ainsi qu'un tissu économique fort composé d'organisations internationales, de multinationales mais aussi d'un nombre important de PME internationales implantées dans la région.

Nous sommes très satisfaits de cette 1^{ère} année d'opérations et, malgré une période économique défavorable, nous avons réussi à atteindre les objectifs que nous nous étions fixés. Une 1^{ère} réponse à ce succès fut de maintenir notre vol quotidien durant l'horaire d'hiver 09/10.

Quel rôle joue United au sein de la Star Alliance? Et comment évalueriez-vous votre joint venture avec des partenaires comme Air Canada et Continental, plus spécifiquement en relation avec le marché suisse ?

United est une des compagnies fondatrices de la Star Alliance et participe activement à son développement. Aux côtés de Lufthansa, United a très tôt développé le 1^{er} accord commercial transatlantique du genre, que nous avons réussi cette année à agrandir en y incluant Air Canada et Continental. Cette joint venture couvre désormais l'entier de notre trafic transatlantique entre l'Europe, l'Afrique, le Moyen-Orient, les Indes et l'Amérique du Nord et Centrale. Nos clients peuvent maintenant bénéficier d'une offre améliorée en terme de prix, d'horaires et de produits. Il est désormais possible pour nos passagers de combiner librement ces 4 compagnies entre elles.

Notre nouvelle offre est particulièrement représentative à Genève car elle y inclut 3 des 4 vols transatlan-

tiques directs (Washington, New-York/Newark et Montréal).

Comment vos voyageurs d'affaires apprécient-ils votre nouveau produit Business Class entre la Suisse et les USA ?

Pouvoir offrir notre nouveau produit Premium dès l'ouverture de la ligne a été un facteur primordial d'acceptation par notre clientèle Business & First, ce qui a grandement contribué au succès de cette nouvelle route. Nos sièges-lits plats en Business ainsi qu'en First répondent aux attentes des voyageurs mais aussi des entreprises, l'équilibre entre le confort et les coûts devant aujourd'hui être soigneusement évalués.

Quelle clientèle utilise principalement votre vol direct au départ de Genève? Avez-vous beaucoup de passagers en continuation, et où se rendent-ils ?

Notre clientèle principale est composée de voyageurs d'affaires de grandes sociétés internationales. Nous estimons qu'environ 60% d'entre eux utilisent notre Hub de Washington pour transiter agréablement vers une de nos 80 destinations en Amérique du Nord comme Chicago, San Francisco, Atlanta, Cincinnati ou Miami. Je souhaiterais aussi rappeler que notre vol propose également des sièges « Economy » et « Economy Plus » pouvant accueillir quotidiennement 150 passagers et ainsi transporter nos voyageurs d'intérêt aux Etats-Unis comme la Floride, la Californie, la Nouvelle-Orléans, Las Vegas, le parc national du Yosemite, le Grand Canyon, etc.



Un nouveau produit Premium qui a contribué au succès de la ligne

Quelles sont vos attentes pour cette année? Pouvez-vous nous donner une idée du changement de la demande en Suisse ?

Tout d'abord prions pour que le volcan se tienne tranquille. Enfin plus sérieusement, nous comptons beaucoup sur notre joint venture pour convaincre les sociétés qui ne voyagent pas encore avec nous au départ de Genève qu'elles ont aujourd'hui beaucoup à gagner de cette nouvelle offre. Notre excellent partenariat avec Swiss, compagnie avec laquelle nous partageons nos codes, a été important pour nous et nous sommes confiants qu'il continuera à servir nos intérêts communs. Le dollar faible et les signes encourageants de reprise économique que nous percevons depuis quelques mois nous rendent confiants pour atteindre nos objectifs en 2010.

Vous avez récemment annoncé une fusion avec Continental, pouvez-vous nous en dire un peu plus ?

La fusion n'a pas encore été approuvée... nous n'en sommes qu'à la 1^{ère} étape. Quand celle-ci aura abouti, la nouvelle compagnie « United Airlines » deviendra la plus grande compagnie au monde, offrant à ses voyageurs un réseau, des avantages et des services inégalés. Une fois l'accord conclu et grâce à notre actuel très bon partenariat avec Continental, nous sommes confiants que nous réussirons à intégrer nos 2 compagnies avec succès avec comme objectif premier de servir mieux nos clients. ■

Après l'accouchement, beauté et santé font bon ménage



Physiothérapeute spécialisée dans le domaine, Tatiana Selz aide les femmes qui viennent d'accoucher à réapprendre et tonifier leur corps.

L'utilisation d'une gymnastique appropriée aide les femmes qui viennent d'accoucher à réapprendre leur corps

Retrouver un ventre plat après l'accouchement est une préoccupation importante pour les jeunes mamans. C'est d'ailleurs un souci qui va bien au-delà de questions purement esthétiques, selon Tatiana Selz, physiothérapeute qui partage son temps entre son cabinet privé et les Grangettes où elle est responsable de l'obstétrique et du post-partum en tant que physio.

« Grossesse et accouchement engendrent des dysfonctionnements physiques que l'on ne saurait négliger, explique-t-elle. Ils entraînent, entre autres, une modification du schéma corporel, un relâchement de la sangle abdominale, un manque de verrouillage et une hyper-mobilité des organes pelviens... A cela s'ajoute le contexte émotionnel qui influence la régulation neuro-hormonale. » Tatiana Selz, qui s'est notamment spécialisée dans ce domaine, aide donc les femmes qui viennent d'accoucher à réapprendre leur corps, tout en le tonifiant avec des mouvements bien spécifiques.

Récupérer la tonicité du ventre

« La composition des muscles grands droits exclut très clairement, contrairement à ce que prônent les revues traditionnelles, le recours à des exercices abdominaux classiques. Elle suggère plutôt l'utilisation d'une gymnastique appropriée, comme la gymnastique abdominale hypopressive du D^r Marcel Caufriez,

qui permet de récupérer la tonicité du ventre en activant les petites fibres. » Techniquement, cette gymnastique posturale fait diminuer la pression intra-thoracique et intra-abdominale. « Elle crée une série de divergences neurologiques qui active la sangle abdominale et le périnée. Elle nécessite toutefois l'intervention et le contrôle spécialisé d'un physiothérapeute, dans une approche progressive: une première phase d'apprentissage, une seconde d'intégration, puis une troisième de mémorisation et d'automatisation », explique la spécialiste.

« Notons enfin que, en accord avec le médecin, cette gymnastique est applicable dès la quatrième semaine qui suit l'accouchement, les trois premières semaines étant consacrées à la préparation de cette gymnastique et la stabilisation du bassin. » De tels exercices sont importants, car les muscles abdominaux (obliques, transverses, grands droits) remplissent de multiples fonctions. « Ils participent par exemple à la respiration, à la posture, à la régulation de la pression, précise la physiothérapeute. Ils sont également impliqués dans le maintien des organes digestifs comme dans le verrouillage de la colonne lombaire ou le déplacement des viscères pelviens dans l'effort. » Quant aux petites fibres musculaires, elles jouent un rôle clé dans ces fonctions. D'ailleurs, elles constituent plus de 65% des muscles comme le grand droit, alors que les fibres plus grandes, qui donnent la force musculaire, ne représentent que 4% de ces mêmes muscles. ■

Marianne Girard

Agenda

Midi de la Chambre

Jeudi 17 juin 2010 dès 12h - CCIG, Bd du Théâtre 4, Genève

Venez écouter les présentations de:

BCGE PME et Indépendants

Banque - www.bcge.ch

TPG Publicité

Location d'espaces publicitaires

www.tpgpub.ch

SECURITAS - Surveillance

www.securitas.ch

CITROËN (SUISSE) SA

Commerce automobile, services après-vente et pièces de rechange
www.citroen-geneve.ch

HEPIA - Haute école du paysage, d'ingénierie et d'architecture de Genève

Formation et recherche
www.hepia.hesge.ch3^e Rendez-vous des Entrepreneurs Romands: De la créativité à l'action

Mardi 22 juin 2010 de 9h à 17h

FER Genève, rue de St-Jean 98, Genève

La CCIG est partenaire de cette 3^e édition du Rendez-vous des Entrepreneurs romands, qui poursuit la réflexion sur la complexité et les qualités du manager du 3^e millénaire. Cette journée a pour thème «**De la créativité à l'action**» et s'adresse à toutes les personnes qui souhaitent

expérimenter des méthodes créatives, qu'elles soient cadres, entrepreneurs, membres de direction, chercheurs, étudiants, indépendants ou travailleurs nomades, des secteurs privé, public ou solidaire.

Programme et inscriptions:

www.rezonance.ch7^e Journée franco-suisse sur la veille stratégique et l'intelligence économique

Jeudi 10 juin 2010 de 9h30 à 17h

Haute école de gestion de Genève

Campus de Battelle, Bâtiment F, Route de Drize 7, Carouge

Les journées franco-suisse sur la veille stratégique et l'intelligence économique ont pour objectif de promouvoir ces activités auprès des entreprises et des organisations publiques. Elles souhaitent ainsi favoriser les échanges, le partage de connaissances et d'expériences entre praticiens, universitaires et futurs professionnels du métier.

Parrainée par la CCIG, cette septième édition aura pour thème:

«**Intelligence économique et prospective: la veille permet-elle d'anticiper les ruptures?**»

Programme et inscriptions:

www.campus.hesge.ch/veille/

Forum d'Affaires Franco-Suisse

Jeudi 2 septembre 2010

Hôtel Crowne Plaza, Route François-Peyrot 34, Genève

Premier événement dédié exclusivement aux relations commerciales entre la France et la Suisse, ce Forum vise le développement d'affaires transfrontalières.

Il concerne particulièrement les entreprises actives dans les secteurs de la santé, la sécurité, l'agroalimentaire, les TIC, l'industrie, l'automobile, l'énergie, le bâtiment, la construction, les biens de consommation, le tourisme et les services. Il sera possible

de rencontrer jusqu'à 11 entreprises durant la journée, et ce en rencontre individuelle. Deux programmes de conférences traiteront des thèmes et des problématiques communs aux deux pays. Un village d'experts (avocats, banques, fiscalistes, office de promotion économique, Chambres de commerce) permettra un accès direct aux spécialistes.

Programme et inscriptions:

www.fafs2010.ch

Conférence mondiale 2010 sur la promotion de la santé

Du 11 au 15 juillet 2010

Centre International de Conférences de Genève

rue de Varembe 17, Genève

Paris, Melbourne, Vancouver, la liste des villes qui ont ponctué l'histoire de la conférence mondiale de l'Union Internationale de Promotion de la Santé et d'Éducation pour la Santé (UIPES) est impressionnante.

Cet événement est organisé pour la première fois en Suisse, du 11 au 15 juillet, à Genève. Les organisateurs de cette conférence qui se tient tous les trois ans s'attendent à la participation de plus de 2000 praticiens, chercheurs et décideurs du monde entier. Ces derniers œuvrent dans des domaines tels que la pro-

motion de la santé, la santé publique ou encore le développement durable. La conférence mondiale est ainsi organisée pour la 20^e fois et est intitulée «**Genève 2010: Unir nos forces au profit de la santé, de l'équité et du développement durable**». En optant pour ces thèmes, les organisateurs entendent favoriser l'établissement de ponts entre deux domaines, à savoir la promotion de la santé et le développement durable, domaines qui sont très liés dans la recherche et la pratique.

Plus d'informations:

www.iuhpeconference.net

IMPRESSUM

cciginfo

bulletin d'information de la CCIG.
Paraît 10 fois par an, 3200 exemplaires

Responsable d'édition:

Frédéric Vormus

Rédaction:

Sonam Bernhard, Fabienne Delachaux et Frédéric Vormus

Publicité: Promoguide SA

Tél. 022 809 94 63

Concept et Graphisme:

ROSS graphic design - Rolle

Impression: Atar Roto Presse - Genève

Informations: publications@ccig.ch

A participé à ce numéro:

Morgane Le Lostec

(Commerce international).



Siège de la Chambre

4, boulevard du Théâtre - 1204 Genève

Adresse postale

Case postale 5039 - 1211 Genève 11

Tél. 022 819 91 11 - Fax 022 819 91 00

www.ccig.ch

BORDIER & CIE

BANQUIERS PRIVÉS DEPUIS 1844

www.bordier.com

Rue de Hollande 16, CH-1204 Genève

022 317 12 12