

Le marché grandissant de la cyber-assurance

SWISS RE. Les coûts engendrés par une faille dans la cyber-sécurité dépassent la seule gestion des répercussions de la perte ou de la corruption de données.

Les coûts potentiels des cyber-attaques montent en flèche et sont de plus en plus un sujet de préoccupation pour les entreprises, selon les auteurs de l'étude sigma publiée hier par Swiss Re. Le marché de la cyber-assurance se développe à grande vitesse, mais l'ampleur de la couverture est encore relativement modeste, ont-ils constaté.

De récentes cyber-attaques très médiatisées montrent de manière croissante que les coûts engendrés par une faille dans la cyber-sécurité dépassent la seule gestion des répercussions de la perte ou de la corruption de données, selon les experts. Les entreprises doivent maintenant tenir compte d'une atteinte potentielle à leur réputation ou à la propriété intellectuelle ainsi que d'éventuels dommages aux biens et pertes d'exploitation.

Pour les auteurs, le paysage des cyber-risques évolue constamment, ce qui est dû à plusieurs facteurs. Le premier serait l'accélération du rythme et l'extension

du périmètre de la transformation digitale. La multiplication des sources de vulnérabilité du fait de l'hyperconnectivité, avec la diffusion rapide des dispositifs connectés et du cloud computing et la professionnalisation des hackers appâtés par les bénéfices économiques qu'ils peuvent tirer de cyber-attaques accroîtraient également les risques.

Les entreprises font généralement face aux cyber-risques en étant mal préparées, selon l'étude. Un changement pourrait survenir de la réglementation, avec l'adoption de lois obligeant les entreprises à introduire des dispositifs renforcés de protection des données. De nombreuses entreprises cherchent toutefois à transférer les cyber-risques à des parties tierces. «Un marché dédié à la cyber-assurance se développe, et un nombre croissant d'assureurs est sur les rangs pour souscrire davantage d'affaires dans cette branche de spécialités», a déclaré Kurt Karl économiste en chef de Swiss Re, cité dans l'étude. ■

La première hausse depuis deux ans

COMMERCE DE DÉTAIL. Les ventes des produits de première nécessité ont augmenté de 1,7% au quatrième trimestre en comparaison annuelle.

Le marché suisse des produits de première nécessité, comme la nourriture, les articles de toilette ou les boissons, a crû pour la première fois depuis deux ans. Les ventes ont augmenté de 1,7% au quatrième trimestre en comparaison annuelle. La Suisse se classe ainsi en milieu de classement à l'échelle européenne, relève hier le spécialiste des études de marché Nielsen Suisse. En Europe, le taux de croissance moyen pondéré des 21 pays considérés

s'est apprécié de 1,8%. En comparaison européenne, la croissance nominale helvétique a davantage été tirée par des augmentations de volumes que par des hausses de prix. Cette structure peut aussi être constatée en termes historiques. La valeur du panier d'achat helvétique s'est accrue de 11% dans les dix dernières années, alors que le panier européen a gagné plus de 40% sur la même période. ■

CONSOMMATION: progression de l'indicateur UBS

L'indicateur de consommation UBS a progressé à 1,43 de 1,38 point en janvier, porté par des consommateurs suisses nettement plus optimistes. Les nouvelles immatriculations dans la branche automobile, en repli de 3,7% en janvier sur un an, ont en revanche jeté une ombre au tableau. L'indice pour le moral des consommateurs du Secrétariat d'Etat à l'économie a grimpé de -13 à -3 points. Pour la première fois depuis le choc du franc, les Suisses sont plus optimistes en ce qui concerne le marché du travail, et ceci grâce au repli du chômage.

PMI: l'indice gagne 3,2 points sur un mois

L'indice des directeurs d'achat (PMI) pour la Suisse a gagné 3,2 points sur un mois en février pour clôturer à 57,8 points. Il a ainsi atteint son plus haut niveau depuis avril 2011 et s'inscrit nettement au-dessus du seuil de croissance de 50 points, ont annoncé hier procure.ch et Credit Suisse. Les économistes interrogés par AWP avaient tablé sur un PMI entre 54,8 et 55,5 points.

SSE: recettes en hausse de 8,7% dans la construction

Le chiffre d'affaires du secteur de la construction a augmenté de 8,7% à 20 milliards de francs en 2016, annonce hier la Société Suisse des Entrepreneurs (SSE). Les températures clémentes à la fin de l'automne et au début de l'hiver ont soutenu ces résultats. Le premier trimestre 2017 s'annonce pour sa part prometteur. Les recettes des secteurs bâtiment et génie civil ont dégagé une hausse du même ordre de grandeur que la construction.

Le commerce en ligne attire toujours plus de consommateurs

Ce mode de consommation a généré l'an dernier 7,8 milliards de francs de revenus. En hausse de 8,3% par rapport à 2015.

Les Suisses sont toujours plus adeptes des achats en ligne et à distance. Ce mode d'emplètes a généré l'an dernier 7,8 milliards de francs de revenus, en hausse de 8,3% par rapport à 2015, grâce aux secteurs de l'électronique domestique et de la mode. Le tourisme d'achat sur Internet décolle. Depuis l'abandon du taux plancher, le commerce de détail suisse souffre des baisses de prix et des achats transfrontaliers. En 2016, le chiffre d'affaires global s'est replié pour la deuxième année consécutive, de -1,7% à 93,9 milliards de francs, a indiqué hier à Zurich Thomas Hochreutener, de l'institut GfK Suisse.

Or, le commerce en ligne continue, lui, à gagner du terrain, comme le montre la dernière enquête réalisée par l'Association suisse de vente à distance (ASVAD) et l'institut GfK en collaboration avec La Poste Suisse. L'an passé, les commandes privées réalisées en Suisse ont atteint 5,75 milliards de francs, soit près de 7% du chiffre d'affaires total. Le changement de comportement des consommateurs se voit surtout dans le segment non alimentaire, explique Thomas Hochreutener. Depuis 2012, le commerce stationnaire «non-food» a perdu 8,3 milliards de francs tandis que le chiffre d'affaire en ligne a gagné 2,4 milliards. En 2016, la part d'e-commerce non alimentaire se montait à 15,3%.

La transparence des prix et la disponibilité des produits facilitées sur la toile expliquent cet essor. En 2016, la branche de l'électronique de loisirs a vu son chiffre d'affaires bondir de 9,1% sur un an à 1,8 milliard de francs. Désormais, 29% du volume total des ventes dans ce domaine se font en ligne.

«En comparaison internationale, la Suisse est très compétitive. Une caméra coûte souvent moins cher qu'à l'étranger», affirme Thomas Hochreutener. «Sur ce segment, il n'existe pratiquement pas de présence étrangère», a renchéri Patrick Kessler, président de l'ASVAD.

Si l'électronique et l'alimentaire restent en mains helvétiques, dans les autres segments, les concurrents étrangers dominent. A l'instar de la confection, comme en témoigne le succès du site suisse de Zalando. En 2016, le segment mode et chaussures a totalisé, après déduction des retours, 1,54 milliard de francs (+11,6%).

Autre particularité suisse: la part du commerce en ligne et par correspondance dans le secteur alimentaire. En 2016, elle représentait quelque 880 millions de francs, grâce aux acteurs tels que LeShop ou Nespresso. «Sans les capsules à café, les chiffres seraient probablement en recul l'an dernier», a relevé Thomas Hochreutener.

Mais ce sont surtout les achats en

ligne effectués au-delà des frontières qui ont le vent en poupe. «Le tourisme d'achat à l'étranger croît de manière disproportionnée», a affirmé Patrick Kessler. L'année dernière, il a bondi de 18% à 1,3 milliard de francs. Si le commerce en ligne progresse dans son ensemble, près d'un tiers de cette croissance profite aux entreprises en dehors du pays, à l'instar d'Amazon. Depuis 2012, le tourisme d'achat a doublé, et devrait continuer à ce rythme, estime le représentant de l'ASVAD.

Et depuis 2015, la Suisse connaît la première vague d'importations directes en provenance de Chine, avec l'offensive du chinois Aliexpress, prisé par les jeunes. «Les Chinois investissent massivement dans la logistique» rappelle Thomas Hochreutener. Se référant aux estimations articulées dans la presse, il évoque quelque 20'000 paquets par jour en provenance de l'empire du Milieu. Pour l'avenir, l'ASVAD anticipe que la forte pression de la concurrence va engendrer un «alignement des prix des marchandises similaires». Pour 2017, l'association table sur une croissance de 7-10% du commerce en ligne, plus marquée dans la confection et l'électronique domestique. D'ici 2019 au plus tard, le «non-food» représentera 20% du commerce de détail en ligne, estime la branche. Le marché devrait se polariser, avec une poignée de

géants d'un côté et beaucoup de détaillants «de niche» de l'autre. En Suisse, la pression se traduit aussi dans les moyens publicitaires, qui ont stagné globalement l'an dernier pour la branche. En 2016, seuls 400'000 catalogues de vente par correspondance ont été envoyés. «Le gros catalogue est mort, la branche l'a enterré», a déclaré Patrick Kessler. Même si les Suisses achètent toujours plus en ligne, ils préfèrent encore, et de loin, la facture comme mode de paiement. Selon l'enquête, 80% des clients ont réglé en 2016 leurs achats de la sorte, ce qui en fait les champions en comparaison européenne. A 15% (13% en 2015) la carte de crédit gagne en popularité. La grosse majorité des consommateurs en ligne privilégient la livraison par la poste, avec toujours plus d'envois prioritaires (12,7% l'an passé). «Le client devient toujours plus impatient», constate Patrick Kessler. Quant aux taux de retours, ils s'avèrent stables. Dans le textile, il s'est inscrit à 46,5% en 2016, un niveau élevé, mais jugé «normal» pour la branche. — (ats)

«EN COMPARAISON INTERNATIONALE, LA SUISSE EST TRÈS COMPÉTITIVE. UNE CAMÉRA COÛTE SOUVENT MOINS CHER QU'À L'ÉTRANGER.»

La reprise mondiale: si lente mais bien réelle dans la durée

BBGI. Jean-Marc Falter (Banque nationale à Genève) en présentation devant des investisseurs institutionnels.

Si la reprise mondiale est la plus lente qui ait été observée au cours des cinquante dernières années, plusieurs indicateurs pointent vers un renforcement de la conjoncture. Les signes tant attendus d'une reprise en zone euro se font aujourd'hui plus présents, et l'activité manufacturière se renforce également. L'indice PMI agrégé des partenaires commerciaux de la Suisse pointe ainsi à 54, soit bien au-dessus du seuil de croissance. Aussi, l'état d'esprit est positif aux États-Unis, et la croissance chinoise fut robuste en 2016 grâce à un marché intérieur dynamique. Un renforcement des échanges serait logique dans ce contexte, après plusieurs années de stagnation.

N'oublions pas que la Suisse est une «petite économie ouverte» - que l'on se rappelle nos cours d'économie - naturellement très sensible à la santé économique de ses partenaires commerciaux et à la compétitivité de ses exportations. En ce qui concerne le premier facteur, bonne nouvelle: des améliorations se dessinent peut-être selon Jean-Marc Falter,

membre de la direction de la Banque nationale et délégué de l'institution pour la région de Genève, en présentation récemment devant des investisseurs institutionnels à l'invitation de BBGI dans le cadre de ses Rencontres. S'agissant du franc, «toujours sur-évalué», la tâche demeure ardue dans un environnement où les fluctuations sur les devises sont importantes; l'appréciation récente du billet vert et la chute de la livre en témoignent. Mais tout de même, par plusieurs fois, Jean-Marc Falter a évoqué la solidité de l'économie suisse dans un contexte longtemps défavorable. Dans son activité de délégué aux relations avec l'économie régionale, il a en particulier des entretiens avec les entreprises; l'amélioration de la situation serait «lente mais graduelle» dans notre région et dans l'ensemble de la Suisse.

Bien sûr, tous les secteurs ne sont pas à égalité: la chimie/pharmacie enregistre des exportations solides, tandis que l'industrie des machines stagne et que l'horlogerie souffre d'une contraction des

débouchés en Chine. Les marges demeurent globalement sous pression: «la résilience de l'économie suisse ne s'est pas faite gratuitement», comme le souligne Jean-Marc Falter. Une conséquence prise très au sérieux par la BNS. D'autres défis, plus larges, doivent être adressés, comme le vieillissement de la population, qui augmente l'épargne au détriment de la consommation, mais aussi le ralentissement de la croissance de la productivité, qui conditionne à long terme la croissance du PIB ou le niveau des rémunérations. Ces deux facteurs participent également à la baisse des taux d'intérêt non seulement dans notre pays mais également au niveau mondial.

En Suisse, les rendements négatifs des obligations et les taux d'intérêts négatifs appliqués aux liquidités demeurent une préoccupation, particulièrement pour les caisses de pension, dont les représentants s'étaient déplacés en nombre. Il y d'ailleurs peu de chances que la situation n'évolue rapidement étant donné la politique monétaire expansive de la

Banque centrale européenne. Une poursuite de la croissance chez nos voisins est donc nécessaire. Le constat est forcément similaire pour l'inflation: certes, après neuf trimestres dans la zone négative, l'inflation se situait à +0.3% sur un an au mois de janvier, mais le renchérissement observé est surtout lié à la hausse des cours de l'énergie entre janvier 2016 et janvier 2017. Le taux d'utilisation des capacités reste en dessous du niveau souhaité, et la force du franc pèse toujours dans la balance. La BNS exclut donc des pressions inflationnistes à court terme et maintient sa politique expansive par des taux d'intérêts négatifs et des interventions au besoin sur le marché des changes, avec un prochain examen de la situation économique et monétaire en mars.

20 mars à Lausanne et le 22 mars à Genève: Bolloré Transport & Logistics. Pierre Houe (COO) assurera la présentation de Lausanne et Thierry Ehrenbogen (CEO) celle de Genève.