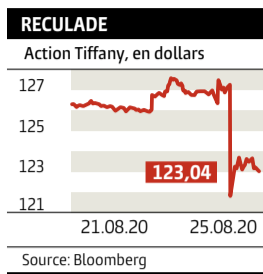


Economie & Finance

Rachat de Tiffany repoussé

Le numéro un mondial du luxe LVMH et le joaillier américain Tiffany ont repoussé de trois mois la date butoir pour boucler leur rapprochement, initialement fixée à fin août.



WANG YI
Ministre chinois des Affaires étrangères
Il a entamé mardi une visite dans cinq pays européens par l'Italie, où il a signé mardi à Rome deux accords commerciaux. Il s'agit de sa première sortie de Chine depuis le début de la pandémie de coronavirus.



30 milliards

L'INTRODUCTION EN BOURSE DU GÉANT CHINOIS DU PAIEMENT EN LIGNE ANT GROUP POURRAIT ÊTRE LA PLUS IMPORTANTE DE L'HISTOIRE, SELON BLOOMBERG. D'après l'agence financière américaine, Ant Group pourrait lever 30 milliards de dollars à cette occasion.

SMI	10 231,25	-0,75%	Dollar/franc	0,9087	↓
Euro Stoxx 50	3329,71	-0,06%	Euro/franc	1,0739	↓
FTSE 100	6037,01	-1,11%	Euro/dollar	1,1819	↑
			Livre st./franc	1,1938	↑
			Barel Brent/dollar	45,96	↑
			Once d'or/dollar	1921	↓

Credit Suisse va supprimer des agences

BANQUE L'établissement, qui en compte 146 en Suisse, veut réduire le nombre de ses succursales à 109, invoquant la baisse de fréquentation et le besoin de numérisation. Le canton d'Argovie, où il va fusionner ses activités avec celles de Neue Aargauer Bank, sera le plus touché

MATHILDE FARINE, ZÜRICH
@MathildeFarine



ANDRÉ HELFENSTEIN
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DE CREDIT SUISSE (SUISSE)

«Nous mobilisons nos ressources là où nous pouvons croître de manière rentable»

Moins de clients dans les succursales. Donc moins de succursales. C'est ce qu'annonce Credit Suisse mardi. L'établissement prévoit de réduire son réseau de 146 à 109 agences ces prochains mois. «Au cours des deux dernières années, l'utilisation de la banque en ligne du Credit Suisse a progressé de quelque 40% et celle de la banque mobile a même plus que doublé. La crise du Covid-19 a encore accéléré cette évolution. Par contre, les visites dans les succursales se réduisent d'année en année», a détaillé Credit Suisse dans un communiqué.

Une grande partie de ce redimensionnement interviendra en Argovie, où Credit Suisse prévoit de fusionner complètement ses activités avec Neue Aargauer Bank (NAB), qu'elle a acquis en 1994 et qui fonctionne avec son propre réseau d'une trentaine de filiales. Au final, elle ne devrait en compter plus qu'une douzaine, ce qui fera néanmoins du canton d'Argovie l'une des trois plus grandes régions de Credit Suisse (Suisse).

NAB compte 530 postes et 19 milliards de francs sous gestion. Des suppressions de postes seront «inévitables», a admis la banque lors d'une conférence téléphonique. Elles pourraient atteindre 500 emplois, a précisé André Helfenstein, directeur général de Credit Suisse (Suisse). La banque prévoit ainsi d'économiser 100 millions de francs. Ce

programme fait partie de son objectif de réduire ses coûts de 400 millions d'ici à 2022, dévoilé en juillet dernier.

L'Association suisse des employés de banque (ASEB) a peu apprécié cette annonce, qui arrive à «une époque d'incertitude économique nationale et mondiale» et «alors que les résultats financiers sont brillants avec un bénéfice de 2,5 milliards» au premier semestre. Dans son communiqué, le syndicat rappelle que «le secteur financier a été largement épargné par la crise du covid». Il demande un «gel des licenciements au moins jusqu'à la fin de l'année», rappelant que le marché du travail est tendu avec 4214 chômeurs dans le secteur bancaire à fin juillet.

Tendance globale

D'autres succursales devraient disparaître ailleurs en Suisse, mais, interrogée, la banque s'est montrée muette sur les lieux concernés. La tendance à la fermeture d'agences bancaires a commencé il y a plusieurs années, à mesure que les services sur internet se sont développés

et que les banques ont dû réduire leurs coûts. En dix ans, 500 succursales ont fermé à travers le pays, soit un sixième du total. Parmi les plus grands réseaux, se trouvent Raiffeisen (880, contre 1150 il y a dix ans) et UBS (270, contre 300).

-500

Environ 500 postes pourraient être supprimés à la suite des annonces de mardi, selon le patron de Credit Suisse (Suisse), André Helfenstein.

«La numérisation, aujourd'hui déjà omniprésente, se poursuivra encore à un rythme effréné», a prévenu André Helfenstein, ajoutant que «nous mobilisons nos ressources là où nous pouvons croître de manière rentable». Des initiatives doivent apparaître ces prochaines semaines, dont une offre de banque numérique fin octobre et un

«concept de succursales porteur d'avenir». Un nouveau site, prévu à l'Europallee, à côté de la gare de Zurich, inaugurera ce concept, qui sera présenté le mois prochain.

«Les mesures annoncées ce mardi n'auront pas d'impact financier matériel, mais elles sont plutôt positives, elles s'inscrivent dans le mouvement vers la numérisation qui pousse de nombreuses banques à fermer des agences et investir dans le numérique», observe Loïc Bhend, analyste chez Bordier. Le spécialiste est «constructif» sur l'action Credit Suisse, qui «a enregistré un bon premier semestre, comme toutes les banques qui sont sensibles au marché des capitaux. Il faudra voir si les volumes se maintiennent en deuxième partie de l'année». De manière générale, «Credit Suisse est relativement peu exposé au risque de crédit exacerbé par la crise financière et semble avoir pris l'essentiel des provisions nécessaires». Mardi en fin de journée, l'action perdait 0,7% dans un marché légèrement baissier. ■ COLLABORATION: SÉBASTIEN RUCHE

L'annulation de l'Escalade bouleverse tout un secteur

COURSE À PIED Boutiques de sport et coachs genevois s'inquiètent après l'annulation de la manifestation sportive la plus populaire de Suisse

LÉA FRISCHKNECHT

La nouvelle est tombée vendredi 21 août: le coronavirus a eu raison de la traditionnelle course de l'Escalade. Événement phare de la vie genevoise, le rendez-vous populaire réunit chaque année plus de 40 000 coureurs, début décembre, dans les rues de la Vieille-Ville. Une décision prise tôt car, dès septembre, ce sont 700 000 francs par mois qui sont engagés pour organiser l'événement au budget de 3,5 millions de francs.

«Annuler maintenant nous coûtera 450 000 francs, détaille Jerry Maspoli, organisateur de l'Escalade. Nous toucherons les subventions de l'Etat, qui nous a assurés de son soutien. Pour le reste, nous discutons avec nos partenaires» [tels que Migros et UBS]. Serein quant à l'avenir de la compétition, il l'est moins pour les différents secteurs qui comptent beaucoup sur la course de l'Escalade. Aucune étude n'a été réalisée sur l'impact économique de l'événement à Genève mais certains souffriront de cette annulation.

Course d'obstacles

Ce n'est pas du côté des fitness qu'un impact est redouté, leur offre étant assez indépendante des activités physiques en extérieur. L'annulation aura plus de conséquences sur les enseignes spécialisées dans la course à pied et les centres de coaching sportifs. Tous se préparent à un hiver plutôt calme.

David Bourget, responsable du magasin Running Planet à



La course de l'Escalade est un événement sportif majeur à Genève. Le rendez-vous populaire réunit chaque année début décembre plus de 40 000 coureurs dans les rues de la Vieille-Ville. (MARTIAL TREZZINI/KEYSTONE)

Carouge, est résigné: «Les participants commencent à s'équiper dès septembre pour l'Escalade et les autres courses de l'automne. L'impact économique sera indéniable. De plus, la conjoncture et les inquiétudes liées à l'emploi risquent de faire baisser le pouvoir d'achat de la clientèle.»

Si la fin d'année s'annonce rude, l'enseigne genevoise peut

toutefois se réjouir d'avoir vécu une bonne période estivale. Car après un printemps confiné, il semblerait que la course à pied ait présenté un fort attrait dès le mois de mai. Même sans courses populaires, les recettes de Running Planet entre mai et août 2020 ont dépassé celles de l'été 2019. «Nous avons même pu rattraper le chiffre d'affaires perdu

pendant le confinement», affirme David Bourget.

Les centres d'entraînement touchés

«L'Escalade, c'est notre activité première dès la fin de l'été», se désole Frédéric Gazeau, fondateur de Personal Trainer. Le centre genevois entraîne généralement une centaine de per-

sonnes rien que pour cet événement. Frédéric Gazeau estime que ce sont 25 000 francs qui ne rentreront pas dans les caisses cette année.

Johann Ferré, cofondateur de Sport Quest, centre qui propose également un suivi des sportifs dans leur quête de performance, est également inquiet: «En plus de nos clients individuels, ce sont

aussi des contrats avec des entreprises qui vont tomber. Chaque année, trois à quatre sociétés du secteur bancaire ou pharmaceutique nous mandatent pour entraîner leurs employés.»

«Les participants commencent à s'équiper dès septembre pour l'Escalade et les autres courses de l'automne. L'impact économique sera indéniable»

DAVID BOURGET, RESPONSABLE DU MAGASIN RUNNING PLANET

Dans l'impossibilité d'attirer de nouveaux sportifs, le défi de ces entreprises est de conserver la clientèle actuelle. Sport Quest mise sur la création de services. Johann Ferré envisage de proposer un parcours de marathon à ses clients, afin de leur offrir un véritable objectif.

Des alternatives, Jerry Maspoli en cherche également. «Certaines personnes ne courent que pour la course de l'Escalade et nous ne voulons pas qu'elles abandonnent le sport pendant une année. Nous réfléchissons à une solution. Pourquoi pas un entraînement, si les conditions sanitaires le permettent. Ou un défi à distance.» Pour garder les sportifs motivés mais aussi conserver une visibilité et un lien avec le public, toutes les institutions liées à la course à pied doivent aujourd'hui faire preuve d'inventivité. ■