

Coup d'arrêt sur la voiture électrique

Les ventes en Suisse font mentir l'électrochoc Tesla

Le constructeur californien alerte sur la chute de ses ventes mondiales. Sa Model 3 reste en tête sur le marché helvétique, à coups de baisses de prix.

Pierre-Alexandre Sallier

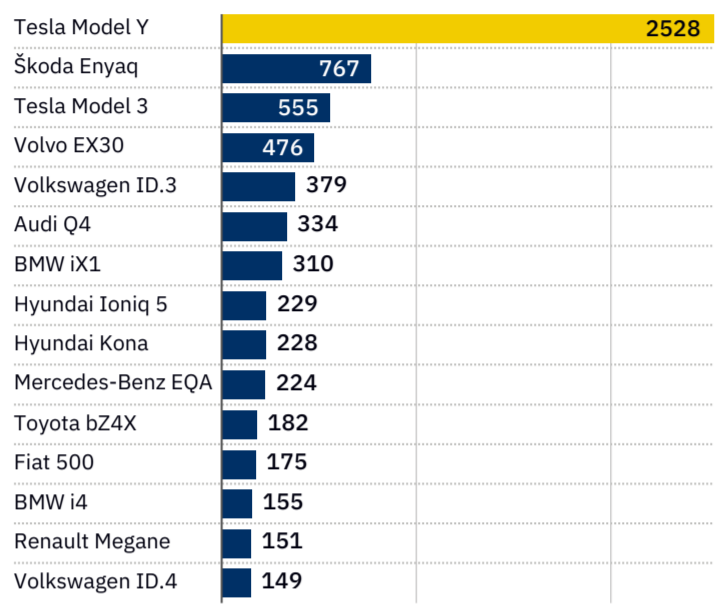
Apparu dans les bilans des ventes à la fin de l'été, puis évoqué à mi-voix par les professionnels, le coup d'arrêt des achats de véhicules électriques éclate au grand jour, avec le revers de fortune de Tesla. La marque californienne a fait état, mardi soir, d'une dégringolade de ses livraisons ces trois derniers mois. Et s'attend à une croissance des ventes «notamment plus basse» cette année. De quoi mieux comprendre les licenciements de 10% de ses effectifs annoncés la semaine dernière - dont plus de 400 toucheraient l'Allemagne.

Tesla n'est pas le seul à souffrir. Propriété de Geely, autre groupe chinois, Volvo a fait part d'une chute de ses ventes, ce mercredi. «Dans toute l'Europe, le marché de la voiture électrique s'est progressivement arrêté depuis le début de l'année», confirme Matthias Schmidt, responsable d'un bureau d'études du marché basé à Berlin.

L'Allemagne doute
Spectaculaire outre-Rhin - avec un tiers d'électriques écoulées en moins par rapport à l'an dernier - le trou d'air est également ressenti en Suisse. Dans son dernier point mensuel, le groupement Auto-Suisse note sobrement que «les voitures électriques peinent à gagner du terrain», avec des ventes guère plus nombreuses qu'il y a un an. Les véhicules à batteries continuent de représenter un peu moins d'une immatriculation sur cinq. «Le plus inquiétant? Les niveaux affichés il y a un an en Allemagne, en Suède ou en Norvège étaient déjà bas, après les nombreuses commandes passées auparavant pour anticiper les réductions des subventions - ou des suppressions de taxes - à venir», alerte le responsable de Schmidt Automotive Research. Selon les prévisions du cabinet EV Volumes, référence du secteur,

Top 15 des véhicules électriques neufs vendus en Suisse

Depuis le début de l'année 2024 jusqu'au 31 mars 2024. Chiffres en unité.



Graphique: Dhl. Source: AutoSuisse

Tesla creuse l'écart, à quel prix?

● En réalité, Tesla se livre déjà une guerre des prix acharnée, pour enrayer toute glissade de ses ventes. Et défend ses parts de marché. Exemple? La marque d'Elon Musk fait miroiter un contrat de leasing démarant à 220 francs par mois pour une Model Y d'entrée de gamme.

Pour l'instant, cela marche. Son SUV, dont plus de 2500 exemplaires ont été livrés cette année, continue largement de dominer le marché des électriques en Suisse. Au point d'atteindre plus de trois fois les ventes du Skoda Enyaq, le best-seller électrique de la galaxie Volkswagen. Et de creuser l'écart. Sur l'ensemble de l'année 2023, Tesla avait vendu un peu moins de 6200 de ses Model Y, soit environ un millier de plus que Skoda n'avait écoulé d'Enyaq. La différence se limitait donc à seulement 20%. L'électrique au nez en plastique siglé d'un «T» est tout simplement devenue la voiture la plus vendue du pays, titre longtemps revendiqué par la Skoda Octavia. Favorite des familles en version break, cette incontournable des routes helvétiques s'est longtemps vendue à 10'000 exemplaires par an. Avant de perdre pied, à partir de 2020, pour ne plus atteindre que la moitié de ces volumes. Mais ce n'est pas fini. Car, surprise, si la Model 3 creuse l'écart avec l'Enyaq depuis le début de l'année, Skoda se rattrape avec... sa bonne vieille Octavia, dont une version retoolletée arrive en concession. Cette dernière est parvenue à redevenir le deuxième modèle le plus vendu du pays, avec environ 1700 déjà immatriculés en 2024. C'est donc deux fois plus que l'Enyaq, le nouveau porte-drapeau électrique de la marque tchèque, alors que sur l'ensemble de l'année dernière, leurs ventes étaient presque identiques. Le break essence ou (scandale) diesel n'aurait-il pas dit son dernier mot? **PAS**

en 2024 les ventes en Europe devraient certes augmenter de 23%. Mais cela reste loin de la déferlante promise il y a quelques années. Une conjoncture qui incite les constructeurs historiques à lever le pied. Discrettement. D'autant que la plupart d'entre eux «peuvent rester sous leur plafond total d'émissions de CO₂, sans vendre davantage d'électriques, ce qui les incite à pousser leurs modèles thermiques, bien plus profitables», décryptent les analystes du bureau AutoVista. Attitude avant tout opportuniste. Car le secteur ne semble plus pouvoir revenir en arrière, après les enveloppes de plus de 500 milliards de dollars débloqués ces deux dernières années pour accélérer cette révolution technologique, selon le dernier décompte de l'Agence internationale de l'énergie (AIE). Même Carlos Tavares, patron de la galaxie Peugeot-Fiat-Chrysler, assure ne pas être partisan d'un rétro-pédalage sur l'obligation de ne vendre que des électriques en 2035 - dans un message à peine voilé à la future majorité parlementaire européenne. Près d'un véhicule sur cinq en circulation en Europe pourrait être électrique dès 2030 a, de son côté, rappelle l'AIE, en présentant ses perspectives pour le secteur.

Tesla «low cost»?
Très scrutée en raison de son pouvoir d'achat mais aussi de l'absence d'aides étatiques à l'achat influençant ses choix, la clientèle helvétique révèle l'ampleur du basculement souterrain à l'œuvre. Au-delà de l'essoufflement des derniers mois, la Tesla Model 3 reste ainsi la voiture la plus vendue du pays, toutes motorisations confondues.

La question n'est en réalité plus le passage à l'électrique mais l'abaissement de son prix au-dessous des 25'000 euros, longtemps présentés par les constructeurs comme le minimum pour ne pas vendre à perte. Ainsi, dans son plan stratégique dévoilé la semaine dernière, Nissan espère proposer en 2030 des électriques ne lui coûtant pas plus cher que les modèles essence. De son côté, Tesla remet sur la table depuis mardi la sortie d'une future Model 2, à 25'000 dollars. «Plutôt début 2025, si ce n'est dès la fin de 2024» a évoqué Elon Musk. Une promesse qui aura au moins permis de stopper l'effondrement connu en Bourse par Tesla cette année.

La fusion de CS et UBS prévue avant fin septembre

Banques
Le calendrier se précise concernant l'intégration de Credit Suisse au groupe bancaire aux trois clés. Les deux entités devraient fusionner avant la fin du 3^e trimestre.

L'intégration de l'entité helvétique de Credit Suisse dans la structure d'UBS en Suisse devrait se conclure avant la fin du 3^e trimestre, estime Sergio Ermotti, directeur général du géant aux trois clés. Alors que des mesures de restructuration et d'optimisation importantes seront encore nécessaires avant que la grande banque puisse profiter des avantages de la fusion, celle-ci ne cache pas son inquiétude face aux exigences réglementaires.

Année décisive pour les objectifs d'UBS
L'année 2024 se dessine comme décisive dans l'atteinte des objectifs d'UBS, déclare Sergio Ermotti, selon le texte de son discours à l'assemblée générale du groupe à Bâle. Mais l'intégration du Credit Suisse au groupe bancaire est «un marathon, non pas un sprint», a-t-il souligné. Ainsi, si la fusion des deux banques suisses devrait avoir lieu «avant la fin du troisième trimestre», UBS devra «peut-être sacrifier une partie de la rentabilité et de la croissance déclarées à court terme», a-t-il averti. Toutefois, «nous sommes convaincus que cela renforcera la qualité et la stabilité de notre potentiel de re-

venus à long terme», a ajouté le patron de l'UBS. Parmi les principales priorités pour le premier semestre de cette année figurent la fusion et le transfert des activités américaines en une seule société holding intermédiaire, détaille Sergio Ermotti. «L'achèvement de ces fusions d'entités juridiques nous permettra de réaliser des avantages en termes de coûts, de capital et de financement», affirme-t-il. Elles constituent également une condition préalable à la première vague de migration des comptes. À partir du deuxième semestre 2024, UBS pourra alors progressivement mettre hors service les anciennes plateformes de Credit Suisse. «Ce processus se poursuivra jusqu'en 2025, avant que nous ne nous rapprochions de notre état cible en 2026», indique le CEO. Sergio Ermotti critique l'argument selon lequel UBS disposerait d'une garantie implicite de l'État, le qualifiant de «factuellement inexact». Le responsable fait référence au capital absorbant les pertes d'UBS, qui s'élève au total à environ 200 milliards de dollars. «Les risques d'UBS sont supportés par les actionnaires, et par les détenteurs d'instruments ATI et d'obligations TLAC absorbant les pertes, pas par les contribuables», selon lui. De son côté, le président d'UBS, Colm Kelleher, se dit «certains discussions relatives à des exigences supplémentaires en matière de capital, selon son discours. **ATS**

Argent Les marchés boursiers

Indices boursiers					
INDICE	CLÔTURE	VAR.*	INDICE	CLÔTURE	VAR.*
SPI	15156.95	-0.78%	Stoxx 50	4394.46	-0.40%
SMI	11370.74	-0.86%	Dow Jones	38368.97	-0.35%
CAC 40	8091.86	-0.17%	Nasdaq Comp.	15652.63	-0.28%
FT 100	8040.38	-0.06%	Nikkei	38460.08	+2.42%
Xetra DAX	18088.70	-0.27%	Shanghai Comp.	3192.14	+0.75%
Euro Stoxx 50	4987.13	-0.42%	Bovessa	124667.49	-0.38%

*VAR = Variation par rapport à la veille Les données américaines datent d'hier à 18h30

SMI (Swiss Market Index)

TITRE	CLÔTURE	VAR.*	VAR.**	TITRE	CLÔTURE	VAR.*	VAR.**
ABB N	44.55	+0.2	+39.6	Partners Grp N	1195.50	-1.9	+43.1
Alcon	72.80	-1.3	+13.6	Richemont N	129.25	-0.1	-12.4
Geberit N	489.60	+0.4	+1.0	Roche BJ	222.20	-3.3	-19.1
Givaudan N	400.7	+0.7	+28.8	Sika N	259.50	+0.7	+8.0
Holcim N	79.16	+0.5	+34.9	Sonova N	255.20	0.0	-8.5
Kühne + Nagel N	72.70	+0.5	-7.4	Swiss Life N	623	-0.6	+6.8
Logitech	242.70	+0.8	+42.4	Swiss Re N	100.75	-1.1	+13.3
Lonza Group N	522.80	+0.7	-4.2	UBS N	510.50	-1.1	-16.2
Nestlé N	93.98	-0.3	-18.3	UBS N	25.02	-2.9	+39.3
Novartis N	89.12	+0.2	+2.3	Zurich Ins. N	446.30	-1.7	+4.7

*VAR = Variation par rapport à la veille **VAR = Variation sur un an

Valeurs romandes importantes

TITRE	CLÔTURE	VAR.*	VAR.**	TITRE	CLÔTURE	VAR.*	VAR.**
Addex	0.12	-9.2	+6.0	Groupe Minoteries	264.00	0.0	-10.8
Aevis	13.90	-3.5	-22.8	Kudelski	1.40	0.0	-21.1
APG SGA	221.00	0.0	+11.6	Leclanché	0.57	-5.0	-3.7
BCV	100.60	-0.8	+8.6	Lem	158.90	+0.6	-19.5
BCGE	295.00	-0.3	+41.1	Romande Energie	55.80	+1.1	+11.6
BVZ	104.00	-0.0	+18.2	Swissquote	242.60	-2.2	+27.3
Cicor	49.60	-2.4	+11.7	Temenos	54.90	-8.7	-17.7
Co. Fin. Tradition	143.00	+0.7	+23.8	Vaudoise Assur.	44.50	-1.3	-6.1
Comet	294.00	+3.0	+41.5	Vetropack	31.40	-0.2	-31.4

*VAR = Variation par rapport à la veille **VAR = Variation sur un an

Métaux précieux Monnaies (Billets)

ACHAT CHF/NG	VENTE CHF/NG	ACHAT USD/OZ	VENTE USD/OZ	ACHAT	VENTE		
Or	680.44	680.77	2317.50	2318.17	Euro	0.9500	1.0050
Ag	794.00	800.00	2710	2717	Dollar US	0.8750	0.9550
Vrenell	392.00	417.00			Livre Sterling	1.0715	1.2035
					Dollar Canadien	0.6275	0.7075
					100 Yens	0.5410	0.6390
					100 Cour. suéd.	7.7700	9.0300
					100 Cour. norvég.	7.5400	9.1600
					100 Cour. dan.	12.3300	13.8700

Sponsorisé par

FINANZ und WIRTSCHAFT

24 heures Tribune de Genève emploi

Cultiver l'audace et la créativité, ça s'apprend aussi

Le master Innokick et l'incubateur Pulse font germer les idées novatrices des jeunes issus des Hautes Écoles spécialisées. Leur ambition: avoir un impact positif.

Jennifer Weil Office pour l'orientation, la formation professionnelle et continue (OFPC) Genève



Sophie Van der Bij, cofondatrice de la nouvelle marque de vêtements recyclés «Tesap», et Tim Coutherez, cofondateur des poubelles vertes klode», ont suivi le master Innokick à Lausanne et intégré l'incubateur Pulse de la HES-SO Genève.

Cofondateur de la start-up genevoise klode», Tim Coutherez a le sourire. Lors de son passage dans l'émission «Qui veut être mon associé» de la chaîne de TV française M6, plus de deux millions de téléspectateurs ont découvert sa poubelle à compost garantie sans odeurs ni moucheron baptisée Mint. Deux investisseurs ont été convaincus, dont le basketteur Tony Parker. Depuis, l'entreprise perce le marché français et poursuit sa croissance. Une success story qui inspire Sophie van der Bij. À 23 ans, l'entrepreneuse en herbe lance Tesap, une marque de vêtements revalorisés. Comme Tim Coutherez avant elle, elle termine son master en innovation à Lausanne et a intégré l'incubateur Pulse de la HES-SO Genève.

Bon pour la planète
D'apprenti mécanicien moto à startupeur? C'est en mettant les mains dans le cambouis que Tim Coutherez éprouve ce qui deviendra son moteur: le plaisir de trouver des solutions. La suite de son parcours reflète bien les perspectives du système de formation professionnelle suisse.

Pratique

Le Master HES-SO en Integrated Innovation for Product and Business Development - Innokick est ouvert aux titulaires d'un bachelors HES issus de tous les domaines souhaitant explorer l'innovation et répondre aux défis sociaux, économiques et environnementaux actuels. Basé sur les phases du Design Thinking de la compréhension des besoins des utilisateurs aux solu-

tions concrètes, il intègre des mandats pratiques. Le travail de master peut porter sur la création d'une start-up. La formation dure trois à six semestres et se déroule à Renens (VD). Les inscriptions pour la rentrée 2024 sont ouvertes jusqu'au 30 avril. Infos et inscriptions sur hes-so.ch et pulse-hesge.ch

Quelle place pour l'IA dans votre gouvernance?

L'œil du pro

Carine Dilitz
Directrice générale Oasys Consultants



Aujourd'hui, qui dans votre entreprise s'empare de l'intelligence artificielle (IA) et comment? Est-elle l'apanage d'un petit groupe d'initiés? D'une ou d'un salarié? Cette technologie porteuse de transformations conséquentes dans le monde du travail ne peut relever des initiatives de quelques pionniers en interne. Comme chaque outil stratégique, elle doit faire l'objet d'une véritable politique d'entreprise. Toute innovation importante demande une réflexion de fond: dans quels secteurs de l'organisation la

déployer, avec quels buts, quels coûts à tous niveaux? Où et pour qui procure-t-elle une réelle valeur ajoutée, à l'interne et pour la clientèle? Pour discerner cela, une phase de rodage est nécessaire. Ce temps permet de former ses équipes, d'absorber quelques tâtonnements, mais aussi d'oser remettre en cause des idées reçues, d'entamer des échanges avec des clients ou des partenaires historiques pour mieux cerner leurs besoins, d'ouvrir des contacts auprès d'interlocuteurs actifs dans l'IA, de procéder à des pesées d'intérêts. Bref, d'élaborer une stratégie.

Car toutes ces dimensions ne peuvent se cantonner à un secteur: l'informatique. Et elles ne pourront se déployer efficacement sans un cadre structurant. C'est ce

dernier, et lui seul, qui permet l'acclaturation à une technologie au sein d'une organisation, c'est-à-dire la possibilité pour les équipes de se familiariser en confiance à ce nouvel outil. L'enjeu est bien entendu stratégique: passer à côté d'une tendance, ou choisir de se l'approprier après ses concurrents, c'est potentiellement perdre des parts de marché. La capacité à adopter des innovations et à évoluer demeure un outil de différenciation, quel que soit le secteur. S'approprier sérieusement une technologie transformatrice, c'est aussi offrir en interne, à ses équipes, de se former en continu, et donc d'apporter à des talents les moyens de se révéler. Si le contexte est propice à ce que certains déploient leurs ressources et leur capacité d'innovation, il est

non seulement probable qu'ils entraînent naturellement leurs collègues à leur suite, mais il est aussi fort possible qu'ils fédèrent à leur tour, presque instinctivement, un écosystème de bonnes pratiques et d'échanges autour de l'IA dans votre organisation. L'intelligence artificielle devient ainsi un outil de rétention et de développement des talents. Enfin, et surtout, encadrer le déploiement de l'IA constitue une question de sécurité. Qui aujourd'hui peut réellement, par exemple, interdire l'emploi de ChatGPT au travail? Dès lors, mieux vaut utiliser l'outil avec des règles et un cadre clair plutôt que de voir des données sensibles mises en ligne sans conscience des risques.

Avec son alternative à la fast fashion, Sophie van der Bij incarne aussi cette génération en quête de sens. «On ne peut pas ignorer les enjeux environnementaux et humains. Réussir en accord avec ses valeurs, c'est possible.» **L'union fait la force**
En deuxième année du master Innokick, la diplômée de l'école cantonale d'art de Lausanne (ECAL) imagine Tesap, une start-up de mode circulaire et zéro déchet. L'idée? Embellir de broderies des chemises destinées

au recyclage et les commercialiser. Le fruit d'une démarche d'innovation basée sur l'approche empathique, itérative et collaborative du Design Thinking. Cette aventure, Sophie van der Bij la partage avec ses acolytes Diego Díaz Rodríguez et Théo Lachavanne, respectivement architecte et ingénieur de formation. «Un projet désirable, faisable et viable repose sur des impératifs esthétiques, techniques et économiques. Notre cursus interdisciplinaire nous pousse à croiser les regards. On prend les uns des autres», se réjouit la jeune femme. «Il y a des coups durs, mais la complémentarité et l'entente de l'équipe sont de puissants leviers de motivation et de résolution», ajoute Tim Coutherez.

Du rêve à la réalité
Se remettre en question, échouer, rebondir, créer, oser: autant de compétences entrepreneuriales que le master Innokick permet à ses étudiants de développer à travers la pratique et l'immersion. Reste à concrétiser son projet. Les grands potentiels issus d'une haute école genevoise peuvent bénéficier d'un accompagnement personnalisé au sein de l'incubateur Pulse. Séminaires, espace de coworking, ateliers de prototypage, coaching, réseau professionnel: un microcosme propice au démarrage. Parmi les start-up «propulsées», klode» et, bientôt, Tesap. «C'est le cadre idéal pour explorer des solutions économiques afin de pouvoir aller au bout de notre démarche éthique», s'enthousiasme Sophie van der Bij. Quant à Tim Coutherez, il relève de nouveaux défis pour étendre klode» et distribuer la poubelle Mint dans des grandes enseignes. «Apprendre et innover, c'est sans fin!»

PUBLICITÉ

1er mois offert

[24]

L'abonnement Sans Publicité pour seulement 19.90/mois

- Tous les contenus numériques (web & app)
- Sans publicité
- Sans engagement
- 1^{er} mois offert

ta.media/24-regular19

Contrôle qualité

PUBLICITÉ

GOLDBACH

Vous avez le produit - nous, les espaces publicitaires !

annonces.journaux@goldbach.com
021 349 50 50
www.goldbach.com