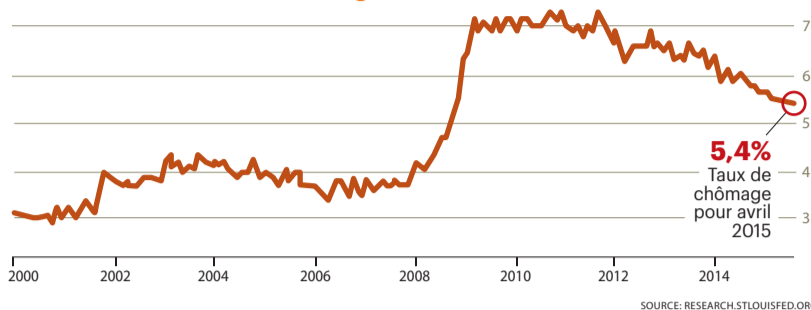


L'économie américaine crée 223 000 emplois en avril 2015

Embellie La vigueur de l'économie américaine ne cesse de surprendre, au point que le *Wall Street Journal* nous promet le nirvana pour la fin de l'année. En avril, le taux de chômage a encore reculé, à 5,4% contre 5,5% en mars avec 85 000 créations d'emplois seulement. La vigueur du marché de l'emploi profite particulièrement aux jeunes et semble signifier une reprise économique solide du pays.

Evolution du taux de chômage aux Etats-Unis



Thomas Schmidheiny

Heureux Le principal actionnaire du cimentier suisse Holcim a ardemment soutenu la fusion avec le français Lafarge. Et pour cause: le paquet d'actions familial de 20% n'a cessé de reculer depuis 2007. Le titre valait alors 134 francs, contre 75 aujourd'hui.



Ruben Sprich/Reuters

Le chiffre

130

euros. Tel est le prix maximal pour une vignette d'un an, dont devront s'acquitter à l'avenir les étrangers pour circuler sur les autoroutes allemandes. Le feu vert à cette taxe que connaissent bien les Suisses a été donné en fin de semaine par le Parlement allemand. La levée de boucliers d'Etats voisins ne s'est pas fait attendre, évoquant un péage discriminatoire au sein de l'UE.

Heidi.com rachète Swiss Vision et vise l'international

Vêtements La start-up rachète la collection Swiss Vision de Switcher et compte tripler son chiffre d'affaires. Une expansion opérée grâce aux nouveaux investisseurs.

Ivan Radja
ivan.radja@lematin dimanche.ch

L'entrée de plusieurs investisseurs suisses au capital de Heidi.com, il y a un an, qui ont déjà injecté plusieurs millions, devait permettre à la start-up neuchâteloise d'atteindre une certaine surface. C'est désormais chose faite avec l'achat de la division Swiss Vision de Switcher, annoncée lundi dernier. «Cette stratégie d'acquisition nous donne un poids, commente le fondateur et CEO de la marque neuchâteloise, Andreas Doering. Nous devenons un interlocuteur sérieux pour des tractations avec des partenaires en Turquie ou en Inde.»

300 000 pièces par an

Heidi.com, c'est une production de quelque 60 000 pièces par an, les fameux T-shirts bien sûr, mais aussi toute une gamme de polos, chemises, chemisiers plus «habillés». Swiss Vision, avec ses imprimés ethniques et humoristiques, apporte ses 250 000 pièces annuelles dans la corbeille de mariage pour un total de plus de 300 000 pièces de vêtements. «Nous avons maintenant un bras de levier, et des discussions sont en cours avec l'Asie.» De son côté, le CEO de Switcher Alban Dupuis

a souligné lundi la pertinence de ce partenariat «pour poursuivre l'élan donné à Swiss Vision depuis 2012, et permettre à Switcher de se concentrer sur ses principaux marchés depuis plus de trente ans».

«Il faut un certain volume pour traiter avec des producteurs», confirme Andreas Doering. Heidi.com se doit d'afficher son éthique en matière de provenance des tissus, et leur fabrication, raison pour laquelle elle vient d'être certifiée B Corp il y a trois semaines. Le label, qui assure qu'une entreprise fait réellement ce qu'elle prétend d'un point de vue social et environnemental, est d'autant plus important que Switcher a toujours fait de cette déontologie sa marque de fabrique. «Just qu'ici nous cantonnions notre production à 95% au Portugal, avec toutes les garanties sur les conditions de travail apportées par la législation européenne, poursuit-il. Pour une expansion internationale, la certification B Corp est essentielle. Vous



Les T-shirts de Heidi.com et de Swiss Vision désormais main dans la main. Photos DR



la marque emblématique helvétique dans le secteur du vêtement.»

Bastian Baker ambassadeur

Sur ce point, la collaboration avec le chanteur Bastian Baker tombe on ne peut mieux. «Il portait déjà parfois nos vêtements sans qu'on le sache, raconte Andreas Doering. Puis nous l'avons rencontré, le courant a passé et il est désormais notre ambassadeur officiel. En termes d'égérie, il est parfait, sympathique et connu des deux côtés de la Sarine. Je ne peux rien dévoiler pour l'instant, mais un projet spécial est prévu avec lui cet automne.» La marque peut aussi compter sur le cuisinier de M6, Norbert Tarayre, ou le tennisman Marco Chiudinelli. ●

imaginez Heidi faire travailler des enfants?»

Au Pavillon suisse à Milan

Dans la même logique, Heidi.com s'offre d'ailleurs une vi-

sibilité privilégiée à l'Expo universelle de Milan, en habillant le staff du pavillon suisse tout en tenant boutique. «Nous vendons notre marque ainsi que d'autres produits suisses tels

que Freitag ou Caran d'Ache, précise Andreas Doering. Les gens sont curieux, et surtout ils achètent nos produits. Les débuts sont très prometteurs, et nous ambitionnons de devenir

Le baromètre

300

En milliers, le nombre de pièces de vêtements produites désormais par Heidi.com avec le rachat de Swiss Vision

95%

Le pourcentage de la production qui est faite au Portugal avec les garanties européennes sur les conditions de travail.

Vive vous, les «stop-à-la-croissance»

L'éco sans plomb

Elisabeth Eckert
Journaliste



L'être aux contempteurs de la croissance. «Ouf! chers amis de Facebook et lecteurs admiratifs de mon blog, c'est fini. La Suisse romande a enfin cessé de croître. Il était temps. L'économie de notre région était trop créatrice d'emplois, de richesses; elle innovait trop. Ce n'était plus possible. Non seulement elle s'éloignait des taux de croissance de la France, voire de la Suisse alémanique: 2% contre 0% pour la première et 1% pour la seconde. Mais surtout, tout ce développement économique me devenait insupportable.

Chers amis, vous en conviendrez avec moi. Créer des centaines de postes de travail par an dans notre chère Romandie, cela devenait irritant. Nous n'étions plus chez nous; il y avait tous ces frontaliers qui encombraient nos routes et nous faisaient de l'ombre, prétendument parce qu'ils étaient mieux formés que nous. Pire, disaient certains chefs d'entreprise, les étrangers étaient bien plus avenants avec le client de la boulangerie, au restaurant ou au service clientèle d'une petite industrie que nous, les Suisses! Un comble! Ce n'est pas parce que, culturellement, nous avons appris à tirer la gueule qu'un Italien, un Kosovar, voire un Français valent mieux que nous.

Mais c'est fini. On va passer de 2% à 0,8% de croissance. Là, c'est trop bien. Y aura de nouveau de la place sur les routes et, va savoir, je pourrais même peut-être trouver un appartement de six pièces, tous frais payés par l'Hospice général, dans un beau quartier à moins de 1000 francs. Yes! Grâce au vote du 9 février 2014, ils ne vien-

dront plus nous embêter, tous ces étrangers. Quoi, Josiane? Je suis à l'Hospice général depuis cinq ans? Ben oui, mais ce n'est pas de ma faute: je suis mégacompetente pour tous les postes, mais personne ne me veut. Je sais pourtant taper à la machine à écrire et prendre des notes en sténo. Quoi? L'informatique? Pas question. On me dit que si je savais aller sur l'ordinateur, je ne serais réengagée qu'à 4000 francs par mois et là, je risque de perdre toutes mes subventions. Tu plaisantes, j'espère?

Quoi, encore, Josiane? Qui va payer mon assistance sociale à l'avenir si les boîtes doivent licencier ou stopper leur croissance? Ben, y a qu'à faire payer les riches! Ah? Même eux risquent de s'en aller parce que leur entreprise ne pourra plus avoir accès à de la main-d'œuvre qualifiée? Ben, qu'ils s'en aillent. Y aura toujours l'Etat. Ah? Même l'Etat, il n'en aura plus, de sous? M'en fiche encore. Il n'a qu'à en trouver, des pépettes; c'est son rôle. Moi, je suis trop contente de la décroissance.»

Une leçon d'éthique au petit-déjeuner

L'hôtellerie suisse a-t-elle perdu son sens de l'accueil? La directrice du Monopol, un établissement quatre étoiles du cœur de Lucerne, a décidé de marquer les esprits de ses hôtes, ainsi que le raconte le quotidien *Blick*. Horrifiée par les quantités de nourriture laissées intactes dans leur assiette par ses clients chinois, indiens ou de la péninsule Arabique, Brigitte Heller a fait déposer sur les tables du petit-déjeuner des messages choc. Des images d'enfants africains sous-alimentés, aux corps cadavériques et au regard exorbité accompagnent le texte suivant: «Bonjour chers hôtes, pour des raisons éthiques et morales, ne jetons pas de nourriture en Suisse. Nous vous

prions de vous servir que de la quantité que vous allez manger. Merci de votre compréhension.»

Brigitte Heller assume complètement son acte. Elle l'explique ainsi: «Voir autant de nourriture jetée chaque jour me fait, pour des raisons éthiques, vraiment mal.» La directrice ne semble pas craindre d'offusquer sa clientèle internationale. «J'essaie de faire bouger les choses. Je ne peux pas changer le monde mais c'est déjà un commencement», a-t-elle déclaré à nos confrères alémaniques. Sur le site du quotidien, cette initiative a soulevé l'enthousiasme des lecteurs. Il ne reste qu'à espérer que les hôtes réagissent aussi bien. **Frédéric Vormus**