

Pépinière internationale d'entreprises

Le premier forum de l'entrepreneuriat s'est ouvert hier à Sierre.

Cinq villes d'Europe et d'Afrique s'associent pour mieux aider les jeunes entrepreneurs. Sierre (VS) accueille le premier forum international de l'entrepreneuriat qui débouchera sur la création d'une pépinière d'entreprises. Les villes de Saint-Etienne en France, Monastir en Tunisie, Tamatave à Madagascar, de Katowice en Pologne et de Sierre se sont découvert un dénominateur commun. Toutes ont développé des programmes d'accompagnement de start-up. Elles ont décidé de renforcer leur collaboration dans ce domaine, ont déclaré les responsables politiques de ces villes à l'ouverture du forum. La collaboration entre ces villes est née il y a quatre ans, a expliqué l'adjoint au maire de St-Etienne Denis Chambe. D'abord entre sa ville et Monastir qui ont échangé sur des problématiques d'innovation, d'insertion et de formation professionnelle.

Des projets qui rapprochent

Les relations avec Tamatave se sont développées autour d'un projet de développement sur l'eau et l'assainissement. Plusieurs activités économiques ont pu voir le jour grâce à ce projet, a dit M. Chambe. Quant à Katowice, elle est jumelée avec St-Etienne depuis plus de vingt ans. Et les deux villes ont des programmes d'accompagnement d'entreprises. Le lien avec Sierre s'est bâti autour de relations privées. Les élus municipaux ont constaté qu'ils avaient des objectifs communs. Sierre a une histoire liée à l'entrepreneuriat avec la création d'un technopôle il y a plusieurs décennies. S'est dégagée une volonté de prendre le train en marche, a expliqué le président de Sierre Pierre Berthod.

Au final, ce forum vise à mettre en réseau les jeunes entrepreneurs de ces villes. «Ces contacts permettent de comprendre comment ça fonctionne ailleurs», a déclaré Charles Bertholet, un entrepreneur français présent au forum. Les différences de culture sont une richesse et non un frein «à condition de les partager», a estimé M. Chambe. Une appréciation qu'a confirmée Neila Noura Gongi, CEO du technopôle de Monastir. — (ats)

RelaxInc veut déployer ses services santé et bien-être en Suisse alémanique

LAUSANNE. La PME, fondée sur la conviction que le travail peut être relaxant, offre ses prestations en massage, yoga et méditation aux entreprises.

SOPHIE MARENNE

L'année 2018 marque un tournant dans l'existence de RelaxInc, société lausannoise qui propose des services B2B en bien-être. La jeune entreprise dirigée par les époux Teresa Crispim et Helder Amaral a pour objectif d'étendre ses activités à tout le pays dans les mois à venir. «Nous sommes déjà bien implantés en Romandie. En ce moment, nous nous focalisons sur notre expansion en Suisse alémanique. Nous y sommes en phase de prospection et de promotion», raconte Monsieur. Depuis le début de l'année, la compagnie compte une employée basée à Thoun, faisant passer les effectifs à onze collaborateurs. Nina Niedzwiedz, masseuse professionnelle et esthéticienne qualifiée, a déjà obtenu deux mandats de l'autre côté de

«FACE AU STRESS DU MILIEU PROFESSIONNEL, J'AI RÉALISÉ QUE PRENDRE SOIN DES COLLABORATEURS ÉTAIT CAPITAL POUR QU'ILS PUISSENT UTILISER LEUR POTENTIEL AU MAXIMUM.»

la Sarine. Elle sera présente au salon *Personal Swiss* à Zurich, les 17 et 18 avril, pour rencontrer de potentiels clients. RelaxInc embauchera au cours



RelaxInc est l'un des quatorze membres du réseau Innoffice, un réseau de sociétés en innovation des espaces de travail.

de l'année pour répondre aux besoins de ce nouveau marché. «A temps partiel, comme la plupart de nos postes, car les entreprises privilégient en général les mêmes tranches horaires», précise le cofondateur.

La détente comme credo

Le couple a quitté le Portugal pour la Suisse il y a une douzaine d'années. Ingénieur mécanicien, Helder Amaral a travaillé pendant quinze ans au sein de la multinationale Bombardier où il a occupé plusieurs fonctions managériales. «Face au stress du milieu professionnel, j'ai réalisé

que prendre soin des collaborateurs était capital pour qu'ils puissent utiliser leur potentiel au maximum», affirme-t-il. En 2014, l'idée de fonder une société offrant des solutions en bien-être sur un modèle B2B germe dans l'esprit des époux alors qu'ils sont en voyage et bénéficient d'un massage dans un spa. «C'était une révélation: nous nous sommes dit qu'il fallait proposer une telle expérience au sein des entreprises», se souvient Madame. Durant une année, ils se forment et étudient le marché. Fin 2015, ils se lancent avec un premier service: le massage assis de quinze minutes. En

août 2016, ils lâchent leurs autres obligations pour donner, ensemble, une véritable impulsion à leur projet.

Image de marque qui inspire la confiance

«Nous étions conscients que les massages ne suffiraient pas et qu'il nous faudrait diversifier notre offre», poursuit-il. Le duo développe rapidement d'autres services, toujours liés au bien-être en entreprise: atelier de self-massage, conseil en nutrition, session de méditation, séance de yoga... «Nous nous distinguons d'autres prestataires grâce à cette panoplie complète», ajoute-t-elle. Au contraire des indépendants qui interviennent dans un segment unique, RelaxInc peut couvrir différents besoins et éviter de multiplier les interlocuteurs.

«Mais c'est surtout notre esprit B2B qui est inédit dans le milieu du bien-être. RelaxInc reflète l'image d'une structure professionnelle organisée, rassurante pour le partenaire. Nous avons les épaules pour envoyer un remplaçant si l'un de nos masseurs est malade par exemple», déclare la cofondatrice.

Autre atout de l'entreprise: la facilité d'implémentation. En plus de ses prestations, RelaxInc gère la réservation des différentes séances via une plateforme personnalisée en fonction des de-

mandes de chaque client. Cet outil se charge du suivi auprès des collaborateurs et facilite grandement les tâches administratives.

A la carte

La forme des services varie d'une offre complète clé en main à la prestation occasionnelle. «Nous intervenons chez nos clients réguliers une fois par semaine ou une fois par mois, par exemple, ainsi que pour des mandats spécifiques, lors d'événements ponctuels comme des journées de la santé au travail», commente Teresa Crispim. Le carnet de clients de l'entreprise comprend le centre de Recherche & Développement de Nestlé, la maison Chopard, la banque privée Santander ou encore la ville de Renens. «L'un de nos clients historiques est l'Ecole Hôtelière de Lausanne: tous les mois nous y massons les femmes de chambre. Ce sont des personnes qui n'ont pas souvent accès à ce type de soins à l'extérieur et nos activités y sont donc très appréciées.» Helder Amaral insiste: la société ne sert pas exclusivement les grandes compagnies. «Nous intervenons au sein de PME de moins d'une dizaine d'employés également. C'est accessible à tous.» RelaxInc facture ses services en fonction du temps passé sur place. Le prix est de 280 francs pour deux heures, durée minimale d'une intervention. ■

Immersion dans l'univers de Christie's

Eveline de Proyart (vice-présidente pour la Suisse) était récemment l'hôte des Rencontres BBGI «Entre Institutionnels et Top Managers Suisses».

Eveline de Proyart, vice-présidente pour la Suisse et Directrice générale du bureau à Genève de Christie's, donnait récemment une conférence dans le cadre des Rencontres BBGI «Entre Institutionnels et Top Managers Suisses» pour une immersion totale dans l'univers passionnant des maisons de ventes aux enchères.

Les ventes aux enchères «sont des coutumes qui existaient déjà en 500 avant Jésus-Christ», selon Eveline de Proyart, mais James Christie fut le premier à y intro-

duire de l'art, à Londres en 1766. Depuis, l'entreprise n'a cessé de se développer et de se diversifier en organisant de nombreuses ventes qui ont marqué le marché de l'art, jusqu'à devenir la première maison de ventes aux enchères du monde.

Vaste diversification

Connue pour ses ventes prestigieuses d'Objets d'Art et de Tableaux comme le récent record de «Salvador Mundi» de Leonard de Vinci, la maison Christie's organise des ventes dans plus de 80 spécialités, allant des tableaux anciens et modernes au mobilier et aux arts décoratifs, des Antiquités à l'Art Tribal, des livres et manuscrits jusqu'aux bijoux, montres, vins fins et à la maroquinerie de luxe. Cette vaste diversification permet ainsi aux vendeurs et acheteurs aguerris ou amateurs d'assouvir leurs envies au travers du réseau des dix salles de ventes du monde.

Aujourd'hui, le marché de l'art mondial s'élève à 64 milliards de dollars, dont 45% est opéré par les maisons de ventes aux enchères. Dans les 10 dernières années, ce marché a été plutôt stable, «excepté lors de la crise des subprimes en 2008, et plus récemment à cause des incertitudes politiques et économiques». La

valeur moyenne des transactions du marché de l'art mondial est de 1600 dollars, mais 40% des transactions sont inférieures à 5000 dollars. Eveline de Proyart explique que le marché de l'art est segmenté par pays, par région, par période et par secteur. Elle précise aussi qu'il y a deux plateformes de ventes: le premier marché, celui où l'œuvre d'art apparaît pour la première fois, habituellement dans une galerie, et le second marché, celui sur lequel repasse l'œuvre, généralement dans les maisons de ventes aux enchères ou chez des marchands. Christie's a célébré en 2016 son 250^e anniversaire, et fête cette année le cinquantième anniversaire de sa première vente en Suisse, à

Genève en 1968. Face à un marché en constante évolution, Christie's a su se développer et croître jusqu'à devenir la plus grande maison de ventes aux enchères. Le secret? «Prendre en compte et s'adapter aux phénomènes de mode et aux goûts des collectionneurs» est le premier facteur de la croissance de Chris-

tie's, selon Eveline de Proyart. Sa réussite s'explique également par trois autres facteurs. Tout d'abord, le développement du marché asiatique qui a permis d'atteindre de nouveaux acheteurs très désireux de devenir les propriétaires d'œuvres importantes. Ensuite, l'accès à toutes les ventes par internet et le développement des ventes en ligne qui a ouvert la voie des enchères à des nouveaux acteurs, souvent plus jeunes. En effet, en 2017, les ventes en ligne ont généré 37% de nouveaux acheteurs. Enfin Christie's a su faire face à l'ère numérique en se rendant visible sur différents réseaux sociaux - «les générations d'aujourd'hui consomment essentiellement en

Seulement à long terme

Cependant, l'art peut aussi, malgré sa beauté, contenir certaines épines. Soumis à l'effet de mode, au vieillissement, aux endommagements et/ou aux vols, les œuvres d'art sont délicates et ne rapportent pas de dividende à court terme. «Le profit dans le marché de l'art se fait à long terme» selon Eveline de Proyart.

Sur ces mots, Eveline de Proyart nous donne quelques conseils pour mettre toutes les chances de notre côté si nous souhaitons acquérir une œuvre: qualité, authenticité, état de conservation, date d'exécution de l'œuvre, rareté, provenance et nouveauté sur le marché sont les sept paramètres à prendre en compte. Le mois prochain, les conférences auront lieu le 17 avril à Genève et le 18 avril à Lausanne. BBGI Group aura le plaisir d'accueillir le Comptoir Immobilier en tant que conférencier. ■

Avis financier infopub@agefi.com

BOBST

Paiement du dividende de Bobst Group SA

L'Assemblée générale ordinaire de Bobst Group SA du 28 mars 2018 a décidé de verser le dividende suivant pour l'exercice 2017:

CHF 2.60 par action sous déduction de l'impôt fédéral anticipé de 35%.

Le dividende sera payé à tous les actionnaires ayant droit au dividende le 5 avril 2018.

Mex, le 28 mars 2018

Bobst Group SA
Le Conseil d'administration

AUJOURD'HUI, LE MARCHÉ DE L'ART MONDIAL S'ÉLÈVE À 64 MILLIARDS DE DOLLARS, DONT 45% EST OPÉRÉ PAR LES MAISONS DE VENTES AUX ENCHÈRES. LA VALEUR MOYENNE D'UNE TRANSACTION EST DE 1600 DOLLARS.

Genève en 1968. Face à un marché en constante évolution, Christie's a su se développer et croître jusqu'à devenir la plus grande maison de ventes aux enchères. Le secret? «Prendre en compte et s'adapter aux phénomènes de mode et aux goûts des collectionneurs» est le premier facteur de la croissance de Chris-

tie's, selon Madame de Proyart. L'art est devenu tendance et nettement plus accessible qu'auparavant. Il y a quelques années, la grande majorité des collectionneurs achetait de l'art surtout «par passion», explique Eveline de Proyart. Aujourd'hui, l'art est aussi devenu une diversification dans un patrimoine. Les investis-