

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Band: 69 (1989)
Heft: 4

Rubrik: Vie des entreprises

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.11.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Groupe Roche en France : Création du Centre International de Recherche Clinique à Strasbourg

Produits Roche, filiale française du groupe de recherche pharmaceutique suisse F. Hoffmann-La Roche, a ouvert, début novembre 1989, un Centre International de Recherche Clinique à Strasbourg-Lingolsheim (Bas-Rhin).

Cette décision de créer en France un tel centre correspond à la volonté du Groupe de renforcer ses activités de recherche et de développement en France et d'accroître son implantation au sein de la Communauté Européenne.

Le Centre aura pour mission d'initier et de coordonner une partie des études de recherche clinique effectuées par le Groupe au niveau international dans les domaines du Sida, de l'oncologie, de la neuro-psychiatrie et de la dermatologie.

Il passera notamment des contrats de recherche avec les grands centres de recherches hospitalo-universitaires français et internationaux.

Le centre, implanté sur une surface d'environ 1 400 m² sur le site du parc Club des Tanneries à Strasbourg-Lingolsheim comptera un effectif de plus de 70 personnes pour la plupart chercheurs cliniciens de formation médico-pharmaceutique ou scientifique qui travailleront

en collaboration avec le Centre de recherche Clinique du groupe Roche à Bâle.

Le montant global de l'investissement prévu s'élève à environ 20 millions de FF consacrés à l'aménagement en infrastructure informatique et technique des locaux.

Les dépenses de recherche envisagées du fait de la création de ce centre s'élèveront à environ 40 millions de francs par an.

Les investissements industriels de produits Roche et de la société chimique Roche s'élèveront à plus de 475 millions de francs pour la période 1987-1989 et à 249 millions de francs pour 1989 ; une augmentation de 150 % par rapport à l'année précédente.

Ils porteront principalement sur la création d'un Centre de recherche en Nutrition Animale à Village-Neuf (Haut-Rhin), l'accroissement de la capacité de production de nos spécialités pharmaceutiques et chimiques à Fontenay-sous-Bois (Val-de-Marne), et la mise en œuvre d'un Centre de Distribution des produits pharmaceutiques et diagnostiques de Roche à Rosny-sous-Bois.

En 1990, cet effort d'investissement sera maintenu avec l'installation d'une unité de production d'intermédiaires de synthèse à Village-Neuf qui devrait être opérationnelle en 1992.

Roche réaffirme ainsi sa volonté de consolider sa présence dans le secteur chimique et pharmaceutique en France.

70 bougies pour les chaussures Bally France !

La société Bally France, du groupe Bally International intégré à la Holding suisse Oerlikon Bührle SA depuis 1978, est en effet présente sur le marché français depuis 7 décennies... c'est-à-dire depuis 1919, année où s'ouvrait à Clermont-Ferrand, en étroite association avec Bally Suisse, le premier magasin Bally à l'enseigne du « Petit Poucet ».

Ces 70 années, rythmées par les ouvertures de plus de 100 magasins (dont certains ont été réalisés par le grand Architecte Malet Stevens) représentent 140 collections, 2 800 formes, 21 000 modèles. En outre, une collaboration fructueuse avec les plus grands noms de la haute couture française (Robert Piquet, Yves Saint-Laurent, Lanvin...), ainsi que, pour ses affiches, avec des dessinateurs de renommée internationale (Morvan, Auriac, Villemot) ont permis à Bally France de se doter d'une image de marque prestigieuse et d'affirmer ainsi avec éclat sa position de leader incontesté du marché de la chaussure de qualité.

Cette position Bally International entend bien la conserver et a décidé de restructurer son réseau de magasins dans le monde en lançant de nouvelles boutiques « Bally of Switzerland » dont la première a été inaugurée en France, plus précisément à Nice, le 24 février dernier. D'autres magasins suivront dans les mois à venir, une vingtaine en France dont Dijon, Nantes, Marseille, mais aussi en Suisse, en Allemagne, en Angleterre, en Belgique, en Autriche et dans le monde entier.

Il s'agit là d'une évolution capitale qui, tout en respectant les particularismes nationaux, permettra d'affirmer dans le monde entier, sous une même enseigne « Bally of Switzerland », une image commune, moderne et de très haut standing, tant par l'aspect des magasins proprement dit, que par le style des articles de cette nouvelle collection.

Une fusion importante dans le domaine de l'audit et du conseil

Arthur Young International (dont fait partie notre Adhérent, la société HSD Juridique et Fiscal) et Ernst et Whinney International, deux des principaux réseaux mondiaux d'audit et de conseil, ont décidé de fusionner pour former Ernst & Young International.

Cette fusion confère au nouveau réseau une position de leader :

- en France et en Afrique francophone avec 110 associés, 1 500 collaborateurs et des bureaux dans 8 villes de France et 7 pays d'Afrique francophone ;
- en Europe, le nouveau réseau sera présent dans plus de 200 villes, avec 20 000 associés et collaborateurs ;
- dans le monde, avec des implantations dans plus de 100 pays, 70 000 associés et collaborateurs.

La Fabrique de Robinetterie Kugler ouvre une salle d'exposition en France

Dans le cadre de son expansion sur le marché européen et pour satisfaire la demande de sa clientèle française, la société Kugler, dont le siège est à Genève, a inauguré le mois dernier, dans les locaux de la Sodep, une salle d'exposition permanente.

De nombreuses personnalités étaient présentes à cette journée telles M. Péclard, Conseiller économique près l'Ambassade de Suisse en France et M. Burkard, Administrateur de la Chambre de Commerce Suisse en France.

A cette occasion une nouvelle gamme de mitigeurs pour salle de bain et cuisine fut présentée de même que les diverses solutions que propose Kugler pour les personnes à mobilité réduite.

Salle d'exposition Kugler, Sodep,
16, rue Mozart, 94200 Ivry-sur-Seine.
Tél. : (1) 46.58.17.37

**La rubrique « Vie des Entreprises »
est réservée aux adhérents
de la Chambre de Commerce
Suisse en France**

•
••

Pour tout renseignement, contacter
le Secrétariat de la Revue
Tél. : (1) 42.96.14.17
Télécopie : (1) 49.27.96.24

RECHERCHE ROCHE: LA SANTÉ DU FUTUR



ROCHE

PRODUITS ROCHE S.A. 52, boulevard du Parc - 92521 Neuilly-sur-seine Cedex - Tél. (1) 46 40 50 00

Le marché français de l'emballage, pierre angulaire de la politique de développement du groupe international Alusuisse

Ces derniers mois, la société Alusuisse France, filiale d'Aluminium Suisse AG, a informé la presse de diverses acquisitions ou prises de participation dans le domaine de l'emballage souple.

Il s'agit en premier lieu de l'acquisition de la société CMIC Bujon, en développement constant depuis plusieurs années. Important distributeur d'alliages mécaniques (aluminium, acier, inox...), sous forme de tôles (laminés) et de barres (profilés), CMIC Bujon (qui représente un chiffre d'affaires de 175 mio de francs et emploie 170 personnes) dispose de plusieurs centres de distribution situés à Aubervilliers, Lyon, Nantes et Ozoir-la-Ferrière et d'une unité d'étrépage de profilés localisée à Meaux.

Alusuisse France a par ailleurs pris une participation minoritaire au sein du capital de Raymond Morin SA, fabricant d'emballages souples, qui souhaitait afin

de favoriser la poursuite de son développement, se rapprocher d'un partenaire industriel venant se substituer aux investisseurs financiers.

Raymond Morin SA, leader français de l'emballage flexible agro-alimentaire, réalise en CA de 348 mio de francs, avec un effectif de 400 personnes. En tête de sa profession par le haut niveau de ses performances, cette entreprise détient une part importante du marché français de l'emballage destiné notamment aux produits fromagers et laitiers frais, café, potages, etc. Elle est également présente sur le marché européen et nord américain et exporte 28 % de sa production.

Après les acquisitions précédentes des sociétés Charmettes et Cerlive (Saint-Maur), spécialisées elles aussi dans l'emballage souple, et la prise de participation (également à hauteur de 25 %) dans la nouvelle usine d'affinage en cours de démarrage à Bazeilles (France Ardenne Aluminium), l'achat de CMIC Bujon et la prise de participation au sein du capital de Raymond Morin SA, illustrent l'intérêt que présente le marché français de l'emballage pour la stratégie d'Alusuisse.

Tout en conseillant pragmatisme et prudence Nestlé projette sept nouvelles sociétés mixtes en Europe de l'Est annonce M. Helmut Maucher

Pour l'Administrateur-délégué de Nestlé SA, M. Helmut Maucher, le groupe suisse de l'alimentation doit se lancer à l'Est, qui est « un marché pour l'avenir ». Pragmatisme et prudence restent cependant de mise. Il est préférable d'analyser au fur et à mesure l'évolution des marchés plutôt que de fixer une stratégie finale, selon M. Maucher. Le patron de Nestlé a annoncé sept projets de sociétés mixtes dans des pays de l'Est.

S'exprimant à Paris lors d'un déjeuner-débat organisé par notre Chambre de Commerce le mercredi 29 novembre, devant un auditoire nombreux et attentif, M. Maucher a rappelé les grandes lignes de la stratégie de Nestlé sur les différents marchés mondiaux.

Les grandes lignes stratégiques

L'objectif absolu est de conserver une croissance interne annuelle suffisante pour surmonter à l'échelle du groupe les difficultés provisoires que peuvent traverser certains marchés. Le deuxième volet, c'est de « miser sur le long terme tout en restant pragmatique », a-t-il résumé.

Nestlé souhaite par ailleurs « être présent partout où cela est possible » en ce qui concerne les pays en voie de développement. Ces pays représentent 82 % de la population mondiale, mais Nestlé n'y réalise que 12 % de son chiffre d'affaires.

A l'Est, l'ouverture doit se faire « malgré le fait que l'on ne contrôle pas tous les événements », a poursuivi M. Maucher, précisant que Nestlé avait 7 nouveaux projets de sociétés mixtes à l'Est. En outre, du chocolat Nestlé est déjà produit sous licence en Hongrie.

La Chine ne peut éviter une libéralisation

Le patron de la multinationale suisse a rappelé que le groupe est en train de construire une usine en Chine et qu'une seconde société mixte est prévue, la direction estimant « que la Chine ne peut éviter une libéralisation, même après les événements de juin dernier ». Il a aussi évoqué les discussions pour un projet au Vietnam.

A propos des actions nominatives

Nestlé constate d'autre part qu'après certaines inquiétudes des investisseurs institutionnels étrangers à propos de la possibilité donnée aux étrangers d'acquérir des actions nominatives lors du renforcement du capital en 1988, « tout est calme ». M. Maucher a souligné qu'il ne voyait pas pour Nestlé « comment faire autrement » mais que « les actions au porteur étaient maintenant au même niveau qu'auparavant » ; cela avait en outre permis de « réduire ou même d'écarter les risques de raid », « même si on ne peut totalement les exclure ».

Quant aux réactions du groupe de petits porteurs CANES, inquiet d'un renforcement éventuel des dirigeants au détriment des actionnaires, M. Maucher a affirmé qu'il avait « clos lui-même le dialogue » et que ces actionnaires étaient ultra-minoritaires. (d'après une dépêche ATS)

La marque Longines a 100 ans !

Le 19 septembre dernier, sous les auspices du Planétarium « Longines » du Musée Suisse des Transports de Lucerne, la Compagnie des montres Longines, Francillon SA, a fêté les cent années de son logo, le célèbre « sablier-ailé » frappé dans un fond de boîte de montres. C'est précisément le 27 mai 1889, à 16 heures, qu'a été déposée cette marque auprès de l'Office fédéral de la propriété intellectuelle (OFPI), sous le n° 2684.



Chose rare, elle est demeurée le symbole de la Compagnie et constitue le plus vieil enregistrement n'ayant pas subi de modification que l'Office Mondial de la propriété intellectuelle ait en dépôt.

Une fidélité qui s'explique par la volonté de Longines – à la pointe de la technologie et du design – de perpétuer le symbole de la qualité et de la tradition qui ont fait son renom au fil des décennies.

Pour commémorer cet anniversaire, la Compagnie Longines a lancé, dans le cadre de la collection Lindbergh, une montre automatique « éphémérides solaires » qui permet la lecture du temps civil (ou temps moyen) tout en donnant, sur sa lunette tournante pourvue d'un levier de blocage, l'équation du temps, c'est-à-dire le temps réel (solaire). Produite en acier inoxydable et en or, le dessin de sa boîte est repris d'une montre aviation des années trente.

Un sourire suisse pour le vin français

Une jeune femme, d'origine suisse, vient en effet d'ouvrir, à deux pas de la Mairie de Levallois-Perret, un bar à vin.

Quatre-vingt des meilleurs crus peuvent y être dégustés au verre ou emportés. Tous les jours, de 10 à 20 h, autour d'une sélection de « vins de la semaine », la maîtresse des lieux, Liz, vous propose une assiette chaude maison, un chèvre chaud en salade, un saumon fumé... **Cave-Bar à vin « Le Piéton », Lizzie's, 72, rue du Président-Wilson, 92300 Levallois-Perret. Tél. : (1) 47.31.87.87.**