

# Economie & Finance

**1,72%**

**FINANCE** La bourse de Paris a grimpé de 1,72% vendredi et de 3,73% sur la semaine, à l'issue d'une quinzaine riche en résultats d'entreprises, qui se sont révélés meilleurs qu'attendu et poussent la cote parisienne à son plus haut depuis début juin.

**SERGIO MASSA**  
Nouveau ministre argentin de l'Economie

Après la nomination d'un «super ministre» de l'Economie dans le pays, la bourse de Buenos Aires était en légère baisse. L'indice de référence, le Merval, était en baisse de 0,73%.



**562 millions**

**COMMERCE** Le groupe Bolloré a profité au premier semestre des hausses du prix du fret et du pétrole qui ont porté son activité. Le bénéfice net du groupe s'est élevé à 562 millions d'euros sur la période, plus de 2,5 fois supérieur à la même période un an plus tôt.

SMI	11 145,91	↑	Dollar/franc	0,9532	↓
	+0,15%		Euro/franc	0,9722	↓
Euro Stoxx 50	3708,10	↑	Euro/dollar	1,0197	↑
	+1,53%		Livre st./franc	1,1592	↓
FTSE 100	7423,43	↑	Baril Brent/dollar	110,01	↑
	+1,06%		Once d'or/dollar	1763,00	↑

## Le défi des tuiles made in Switzerland

**ÉNERGIE** Les solutions photovoltaïques qui fournissent de l'électricité tout en faisant office de toit se répandent en Suisse, où elles sont largement subventionnées. Mais les construire ici de façon rentable n'est pas aisé, comme le montre un récent exemple en Valais

RICHARD ÉTIENNE  
@rietienne

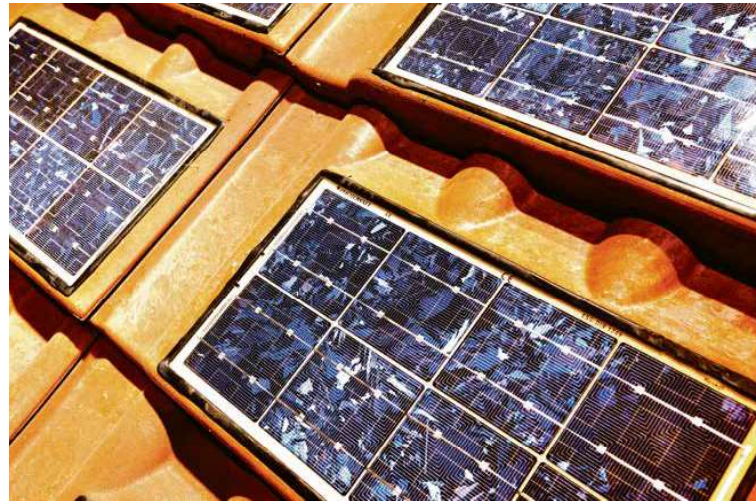
Une usine de tuiles solaires à Vétroz. L'idée est dans l'ère du temps, à l'heure où l'industrie photovoltaïque veut réduire sa dépendance affolante vis-à-vis de la Chine et que l'esthétique des panneaux freine leur essor. Elle a même fait l'objet d'un article de Rhône FM ce mois: une PME vaudoise, Freesuns, envisagerait de construire une telle usine dans cette commune du district de Conthey, selon la radio valaisanne. «Rien n'est concret pour l'instant», confie au Temps Benoit Emery, un cadre de Freesuns. L'entreprise cherche une solution pour rapatrier sa production, actuellement dans une zone industrielle de Shanghai, mais elle est à peine aux prémices.

Les retards de livraison record depuis la pandémie, les prix historiques des transports, des salaires haussiers en Chine, mais aussi la volonté des clients et de Freesuns de privilégier les circuits courts incitent la PME à rapatrier sa production. D'autant plus qu'elle n'est pas massive, que les modèles de tuiles varient selon les maisons et qu'en Chine on compose plus volontiers avec des gros volumes que des niches. En fait, les panneaux intégrés sont souvent fabriqués en Suisse et en Europe. Mais commençons par quelques définitions.

### Tuiles protéiformes

Il y a grosso modo deux types d'offres de panneaux: les classiques, des rectangles bleus ou noirs posés sur des toitures, moins chers, mais qui, esthétiquement, sont discutables. Les panneaux intégrés, eux, fournissent de l'électricité tout en faisant office de tuiles, posés sur des lattes au-dessus des charpentes. Parmi eux, on trouve des rectangles d'apparence ordinaire. Mais il y a aussi des tuiles ou des

En Suisse, les premières tuiles solaires ont été installées dans le canton de Vaud en 2014. (CHRISTOPHE LEHENAFF)



ardoises solaires, plus petites, dont les formes et les couleurs varient selon les besoins.

Freesuns mise sur cette niche avec un certain succès. «Chaque année, on double le nombre de toits qu'on recouvre», indique Benoit Emery. La société de huit employés en est à 75 en 2022, surtout en Suisse romande. Elle a conçu des toits solaires en bardeaux à Grimentz, une maison du chalet Balthus à Rossinière de la Riviera-Pays-d'Enhaut et une demeure dans le Lavaux.

Fondée en 2014 par un ingénieur australien qui voulait refaire le toit de sa maison d'architecte dans le canton de Vaud, Freesuns a aussitôt collaboré avec le Centre suisse d'innovation et de micro-technique (CSEM). Et notamment

une doctorante chinoise du CSEM à Neuchâtel qui, une fois de retour au pays, a pu construire une usine avec l'aide de subventions de Pékin et fournir l'équivalent vaudois en tuiles solaires.

Désormais, Freesuns veut les produire sous nos latitudes. Le groupe cherche des financements, notamment auprès de fonds européens, sans encore savoir si créer ses tuiles en Suisse serait rentable.

Ça semble l'être pour d'autres entreprises. Car si selon l'Agence internationale de l'énergie 80% des panneaux sont construits en Chine, les modèles intégrés vendus en Suisse sont souvent manufacturés en Suisse et en Europe.

Plusieurs entreprises helvétiques en proposent, de 3S Solar

**«Un panneau classique fournit 200 watts par mètre carré et nos tuiles, 150 watts. Mais le fait qu'elles soient multifformes aide à couvrir plus de surface»**

BENOIT EMERY, CADRE DE LA PME VAUDOISE FREESUNS

Plus (une ex-filiale de Meyer Burger disposant d'une usine à Thoune) à Eternit en passant par le soleurois Megasol ou le bernois Panotron, qui lui décline des filaments solaires qu'on peut coller sur des tuiles ou des façades. Des sociétés autrichiennes, comme Kioto Solar ou Ertex, desservent aussi le marché suisse. «La Chine est le producteur des panneaux standard, mais les panneaux pour l'intégration sont produits en Europe», indique David Stichelberger, directeur de la fabrique Swissolar (dont Freesuns est membre). «Si ce marché devient plus important, les producteurs chinois offriront leurs propres solutions.»

Les prix du verre étant très élevés en Suisse, Freesuns envi-

sage d'utiliser du verre recyclé. Les recycleurs pourraient lui en fournir.

Est-ce efficace? «Les tuiles solaires sont mieux que des tuiles non solaires, mais elles coûtent bien plus cher que des panneaux normaux car elles sont plus coûteuses à construire et, pour les installer, il faut beaucoup plus de connexions au réseau vu qu'elles sont plus petites», indique Stéphane Genoud, professeur en gestion de l'énergie à la HES-SO Valais. «Pour le château de Chillon ou des bâtisses classées, c'est une bonne option, pour les autres toitures, les panneaux ordinaires font l'affaire.»

### Un septième du parc suisse

«Un panneau classique fournit 200 watts par mètre carré et nos tuiles sont à 150 watts. Mais le fait qu'elles soient multifformes aide à couvrir plus de surface, ce qui peut compenser», relève Benoit Emery. Les produits de Freesuns sont en moyenne moitié plus chers que des panneaux intégrés ordinaires et deux fois plus chers qu'une installation photovoltaïque banale. «Ça fait une vingtaine d'années qu'on parle de tuiles solaires mais elles restent un peu plus chères et moins efficaces», renchérit David Stichelberger. «Cela dit, la Suisse est le pays des panneaux intégrés», indique-t-il.

En Suisse, 13% de la puissance photovoltaïque et 14% des installations sont intégrées, selon la société Pronovo. Ces taux record s'expliquent par le fait que cette option y voit une solution qui préserve la beauté des toitures et des paysages. Les Suisses, riches, optent aussi plus volontiers pour des solutions plus onéreuses qu'ailleurs. Les premières tuiles solaires du pays ont été installées à Colombier-sur-Morges (VD) en 2014. Elles avaient la couleur de la terre cuite. ■

## Pour la tech, l'euphorie de la pandémie, c'est fini

**RALENTISSEMENT** Après deux années glorieuses, la crise économique a fini par rattraper les entreprises technologiques. Les réseaux sociaux et les grandes plateformes, en particulier, font face à un début de saturation

AFP

En quelques mois, l'environnement économique des géants des technologies s'est radicalement dégradé. La crise sanitaire et les confinements ont entraîné une explosion des habitudes en ligne, de la consommation au travail, en passant par le divertissement. Aujourd'hui la transition numérique continue – la plupart des plateformes gagnent de nouveaux utilisateurs – mais à un rythme ralenti, compa-

nable à celui d'avant la pandémie de Covid-19. A ce phénomène s'ajoutent de nombreuses contraintes macroéconomiques, à commencer par l'inflation.

Google, Meta (Facebook, Instagram), Snap et Twitter, qui dépendent de la publicité, pâtissent donc des coupes dans les budgets marketing des annonceurs.

Seuls Amazon et Apple ont un peu rassuré le marché jeudi avec des ventes meilleures que prévu, notamment grâce au succès de nouveaux produits vedettes. Le géant du commerce en ligne a réalisé plus de 121 milliards de dollars de chiffre d'affaires au deuxième trimestre, en hausse de 7%. Son action bondissait de plus de 10% lors des échanges électroniques après la clôture de la bourse.

«Malgré l'inflation qui fait monter le prix du carburant, de l'énergie et des transports, nous faisons des progrès sur les coûts plus contrôlables», a indiqué Andy Jassy, le patron d'Amazon, cité dans un communiqué jeudi.

AWS, son service de cloud, leader mondial de l'informatique à distance, a engrangé 19,55 milliards de dollars de recettes (+33% sur un an), mais ses ventes en ligne ont baissé de 4%, à 50,9 milliards. Et son bénéfice opérationnel – indicateur clé de la rentabilité – est ressorti à 3,3 milliards de dollars, moitié moins que l'année dernière.

Apple a publié jeudi un chiffre d'affaires trimestriel supérieur aux attentes (93 milliards, en hausse de 2%), grâce à la demande toujours solide pour l'iPhone. Les ventes d'ordinateurs Mac,

de tablettes iPad et des objets connectés ont en revanche reculé.

Pour le trimestre en cours, Amazon et Apple tablent sur des chiffres d'affaires plus rebondis, malgré l'impact négatif des effets de change.

### Embauches revues à la baisse

Intel a eu davantage de mal à affronter la tourmente. Le géant américain des semi-conducteurs a vu son chiffre d'affaires baisser de 22%, à 15,3 milliards de dollars et a largement revu ses prévisions annuelles à la baisse. En cause, d'après le patron, Pat Gelsinger, «le déclin soudain et rapide de l'activité économique».

Amazon et Apple composent avec une demande un peu réduite pour certains produits et les dif-

ficultés sur la chaîne d'approvisionnement.

Le groupe de Seattle, deuxième employeur aux Etats-Unis derrière Walmart, a doublé ses effectifs de 2019 à 2021. Il compte désormais 1,52 million de personnes, environ 100000 de moins qu'à la fin du premier trimestre.

D'autres sociétés technologiques ont décidé de ralentir le rythme des embauches, comme Google, Microsoft et Snap. La plateforme de e-commerce Shopify a remercié un millier de personnes, soit 10% du personnel.

Netflix, qui a perdu près d'un million d'abonnés entre fin mars et fin juin, a licencié plus de 400 employés sur la même période. «Nous allons devoir faire plus avec moins de ressources», a déclaré mercredi le patron de

Meta, Mark Zuckerberg, après que le géant des réseaux sociaux a vu son chiffre d'affaires trimestriel diminuer pour la première fois de son histoire. «Meta est en train de perdre son empire sur son immense audience», a souligné Debra Aho Williams, analyste d'Insider Intelligence.

### La concurrence de TikTok

Les plateformes sociales essaient de garder leur avance face à la concurrence effrénée de l'application TikTok, très populaire chez les ados et jeunes adultes.

Google a enregistré le plus faible taux de croissance de ses revenus sur un an depuis le deuxième trimestre de 2020, quand les annonceurs avaient brutalement fermé les vannes au début de la pandémie. ■