

Expérience internationale

Fille d'ambassadeur, Anja Loetscher a grandi dans différents pays, en Ethiopie notamment. Elle a vécu au Bangladesh, passé au total 18 ans en Afrique et 17 ans en Asie. Dans ces différents pays, elle a toujours travaillé dans des secteurs variés, y compris en faisant du bénévolat. Sa véritable carrière a débuté après son divorce. Elle a alors 40 ans. Elle décroche un premier emploi au siège social d'un groupe hôtelier. Six mois plus tard, elle a déjà grimpé les échelons. Avant d'arriver à Genève, elle a notamment occupé le poste de vice-présidente pour le groupe hôtelier Kempiski. Pour lui, elle était en charge du département vente pour les régions d'Europe, du Moyen-Orient et d'Afrique.

«Je suis une 'workaholic'»

Anja Loetscher doit faire de Genève une référence pour le tourisme d'affaires qui représente plus de 75% des nuitées de la ville. Depuis un an, elle dirige donc avec un enthousiasme communicatif le Bureau des congrès rattaché à Genève Tourisme.

«Ma mission est un réel défi car la concurrence est vive. Aujourd'hui, les pays de l'Europe de l'est construisent beaucoup de 'Palexpo'. De plus, les gens ont encore l'impression que Genève est une ville chère alors qu'elle ne l'est pas en regard de Paris ou Barcelone», explique Anja Loetscher.

Genève a sans aucun doute de nombreux atouts ?

Plusieurs, oui. Le plus grand d'entre eux est l'aéroport international qui offre une connexion directe sur 80 destinations. Genève est également une ville à taille humaine, sûre, qui offre des infrastructures et des services dignes des plus grandes métropoles. Sans oublier le large choix en matière de centres de conférences et de congrès. Parmi eux le Geneva Palexpo, l'Arena ou le Centre International de Congrès de Genève. De plus, près de 60 hôtels peuvent organiser des manifestations, donc l'offre est très diversifiée.

Quels sont vos atouts personnels pour remplir votre mission ?

Le fait d'avoir vécu dans le monde entier en est un, sans conteste. Je comprends rapidement les caractéristiques des différentes nationalités que je côtoie. Ensuite, je parle cinq langues, ce qui est précieux et très utile.

Sans oublier votre grande expérience de la vente...

Plus qu'une expérience, j'adore ça! Aujourd'hui j'ai un produit fantastique entre les mains: Genève.

Quelle manifestations rêvez-vous d'attirer à Genève ?

Je les veux toutes!

Comment vous y prenez vous ?

Avec mes collaborateurs, nous travaillons sur trois axes d'acquisition: les marchés associatifs, les congrès ou séminaires d'entreprise ainsi que les salons et expositions. Pour nous présenter, nous organisons des événements en Suisse et à l'étranger. Notre objectif est de promouvoir la destination «Genève» et de convaincre les clients potentiels d'y organiser leurs conférences ou congrès. A cet effet, nous avons mis sur pied un «One Stop Shop», un guichet unique chargé de fédérer l'ensemble des demandes. Ainsi, le nombre d'intermédiaires est réduit au minimum. Le client apprécie énormément cela.

Quels sont vos marchés cibles ?

Tout d'abord la Suisse. A l'étranger nous visons le Bénélux, les Etats-Unis, la France, la Grande-



Bretagne et la Scandinavie. L'an prochain, nous allons commencer à travailler sur le marché russe.

Vous dirigez une équipe de 7 personnes. Comment vous y prenez-vous ?

Nous sommes effectivement un «team». Chacun d'entre nous a sa responsabilité sur différents marchés et chacun est informé de ce que fait l'autre. Nous ajustons régulièrement la vision et lorsque les limites sont fixées, chacun évolue librement. Je pense qu'il est primordial de pouvoir évoluer de manière indépendante dans son travail. Au final, j'ai vraiment une super équipe.

Et vous-même face au travail ?

Je suis une «workaholic», sans aucun doute. Ma vie est un mélange permanent entre travail et vacances. Je déteste les horaires, peut-être aussi parce que je dois défouler un trop plein d'énergie! De plus dans le secteur du tourisme, on se doit d'être complètement disponible pour le client.

Qu'avez-vous retiré de vos nombreux voyages ?

De la flexibilité avant tout. Si vous me dites que je dois aller travailler sur la lune, j'y vais. Aujourd'hui, les gens ont trop peur de bouger et c'est dommage.

Des regrets, un souhait ?

Je n'ai jamais de regrets! «Live goes on». En revanche, je souhaite rester en bonne santé!

Un Master en «Wine Management»

Persuadée qu'il faut se former toute sa vie, Anja Loetscher vient d'entreprendre un Master en Wine Management. Pour le plaisir. Auparavant, elle a déjà décroché un Master en Business. Dès lors, la directrice du Bureau des congrès genevois minute son temps libre et rêve de passer ses vacances... à la maison, où elle n'est que trop rarement.

A côté de cela, Anja Loetscher est diplômée de l'école Sogetsou (Ikebana – arrangement floral) du Japon et possède une licence de pilote. «Deux hobbies que je ne pratique plus». Et puis, maman d'une fille de 26 ans qui vit à Londres, elle se réjouit de chaque minute qu'elle peut passer en sa compagnie.

Le formidable essor des pays émergents profite à la Suisse

Grâce aux restructurations économiques et aux réformes libérales entreprises, les pays émergents sont en plein essor économique. Les classes moyennes de ces pays se composeront de 1,2 milliard de personnes en 2030! Un marché alléchant qui bénéficie déjà à l'économie suisse.

Il ne passe pas un jour sans que l'on entende parler des «pays émergents». Ces pays en développement se caractérisent par une vigoureuse et rapide croissance, qui est jalouée par les économies en perte de vitesse. Leur réussite est due à l'adoption d'une économie de marché et à l'introduction de réformes libérales instaurées au début des années 1990. «En Inde, état bureaucratique par excellence, ces réformes ont réduit les interventions étatiques. Les formalités pour la création d'entreprises ont été allégées, les droits de douane abaissés», explique Olivier Cadot, directeur de l'Institut de macroéconomie appliquée de l'Université de Lausanne. «Sous Deng Xiaoping, la Chine a renforcé son économie en délocalisant le monde rural et en privatisant les entreprises», précise pour sa part Gilbert Etienne, Professeur honoraire de l'IHEID à Genève.

La quête du savoir

Le niveau d'instruction est, lui aussi, un facteur stratégique pour les pays émergents, nombre d'entre eux ayant accumulé un retard technologique qu'ils comblent progressivement. En Chine, les investisseurs étrangers sont acceptés en échange d'un transfert de technologies. Le pays veut ainsi garantir le développement d'une classe moyenne qualifiée. Ces investisseurs, les pays émergents les recherchent, parfois assidûment. Dès les années 1980, la Chine leur a ouvert ses portes en créant des zones économiques offrant un régime fiscal avantageux. D'autres

ont suivi en tentant d'instaurer, avec un succès toutefois variable, un cadre juridique clair, gage de sécurité.

Une croissance avérée

Et cela fonctionne. Les marchés émergents attirent. En 2007, les apports nets de capitaux privés aux économies en développement ont atteint le chiffre record de mille milliards de dollars, indique la Banque mondiale. Par ailleurs ces mêmes pays comptent pour 41% dans la production mondiale (36% en 2000). Leur croissance est phénoménale, à l'instar de la Chine qui tend à devenir la deuxième puissance économique mondiale. La Chine toujours, avec le Brésil, la Russie et l'Inde forment le BRIC: quatre pays à l'origine de 25% de la croissance mondiale.

Une opportunité pour la Suisse

La Suisse, fortement tributaire de ses relations économiques avec l'étranger, a défini des stratégies économiques particulières à l'égard des membres du BRIC comme avec d'autres pays émergents. Fin 2006, les entreprises suisses avaient investi quelque 20 milliards dans le BRIC et en 2007, les exportations suisses vers ces quatre pays se chiffraient à plus de 11 milliards (soit environ 5% du total des exportations). Sachant que le BRIC totalise 40% de la population mondiale, le potentiel de croissance est bien réel. «Nous avons tout intérêt à renforcer nos relations avec eux», relève Martin Peter, collaborateur scientifique auprès du SECO. De fait, entre 2006 et 2007, les exportations suisses vers le Brésil ont déjà progressé de 28%, de 32% vers la Chine, de 30% vers la Russie et de 22% vers l'Inde. Une croissance des exportations dont toute la Suisse profite!

Le saviez-vous?

En 2007, les pays en développement ont gagné 0,2 point de pourcentage sur un an pour arriver à 7,8% de croissance. Dans les pays à revenu élevé, la croissance du PIB a quant à elle fléchi à 2,6% contre 3% en 2006.

Croissance réelle du PIB (2007):

- Chine: 11,9%
- Inde: 8,7%
- Brésil: 5,4%
- Russie: 8,1%
- Suisse: 3,1%
- Zone euro: 2,6%
- USA: 2,2%

Depuis 2000, la croissance des échanges dans les pays en développement s'est accélérée à un rythme annuel de 10%, presque deux fois plus rapide que celui des pays à revenu élevé.

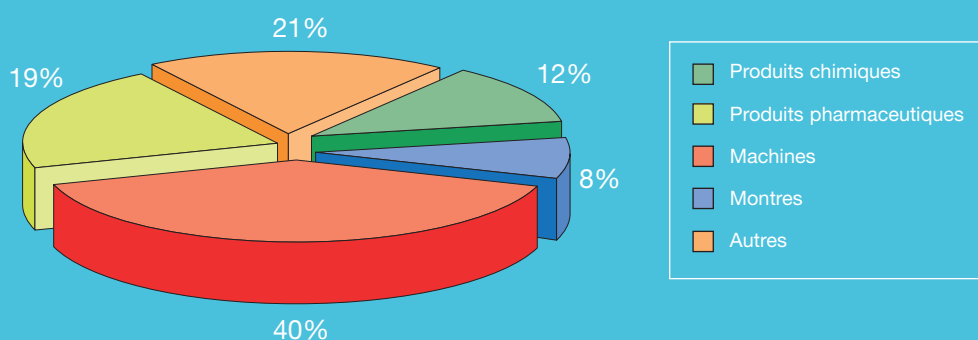
La valeur des importations des pays en développement représente désormais les deux tiers de celles des importations des pays de l'OCDE.

Sources:

Perspectives pour l'économie mondiale, juin 2008, Banque mondiale

Perspectives économiques de l'OCDE n°83, juin 2008, OCDE

Composition des exportations suisses de marchandises vers le BRIC*



*BRIC: Brésil, Russie, Inde et Chine

Source: DFE, Rapport BRIC, 2007

Impressum

Les Rendez-Vous
de l'économie
Case postale 3684
1211 Genève 3
info@rdve.ch