

Septembre  
2006  
Numéro 40

# Liens



## La Suède bleue

**En choisissant l'alternance politique alors qu'elle fait figure de modèle envié de tous, la Suède a surpris. Pourquoi changer une équipe qui gagne ? Tout simplement, pour faire encore mieux...**



*L'alliance du centre-droit représentée par Lars Leijonborg, le parti libéral ; Maud Olofsson, le parti des centristes ; Göran Hågglund, les démocrates chrétiens et Fredrik Reinfeldt, les modérés, la nuit de la victoire.*

**U**n taux de croissance prévu de 3,4 % pour l'année 2006 (5,5 % au deuxième trimestre !), une inflation basse, un chômage - officiel - de 5,7 %, une population qui est à plus de 60 % confiante dans l'avenir de son pays (contre moins de 50 % en France)... Bref, c'est une Suède en bonne santé, fière d'elle-même, de ses réalisations et de l'en-vie que la réussite de son modèle social et économique suscite dans le monde, qui a pourtant voté en majorité pour le changement d'équipage en plein vol.

Le zapping politique n'est pas dans la nature des Suédois, eux qui ont confié l'exercice du pouvoir au parti social-démocrate pendant 65 de ces 74 dernières années - une anomalie dans une démocratie. Malgré le spectaculaire assainissement du système ces dix dernières années, ils le lui ont retiré parce qu'il ne semblait pas / plus avoir le souffle nécessaire pour remédier à des dysfonctionnements (surtout un chômage réel supérieur à 10 %

entretenu par de coûteuses largesses), qui, en s'amplifiant, menaçaient à terme de torpiller le bel édifice.

Pour les nouveaux entrants, la table est, comme on dit en suédois, bien dressée. Ils devront maintenant apporter au menu existant (Etat providence et croissance) la rigueur d'exécution qui en fera un Bocuse d'or durable. La nouvelle dynamique induite par le changement les servira. Leur virginité aux fourneaux fera sans doute ricaner plus d'un vieux routier du pouvoir. Reste la question du maintien de leur cohésion actuelle, gage de leur survie.

On aura beaucoup entendu et lu que le résultat de ce scrutin devrait donner à réfléchir aux gouvernements en place et, surtout, aux gauches européennes.

On aura peut-être moins perçu à l'étranger que ce changement de régime est aussi en grande partie dû à "l'union de

la droite" suédoise et à un programme commun réaliste qui veut que la Suède soit encore mieux adaptée au monde moderne. Mais oui !

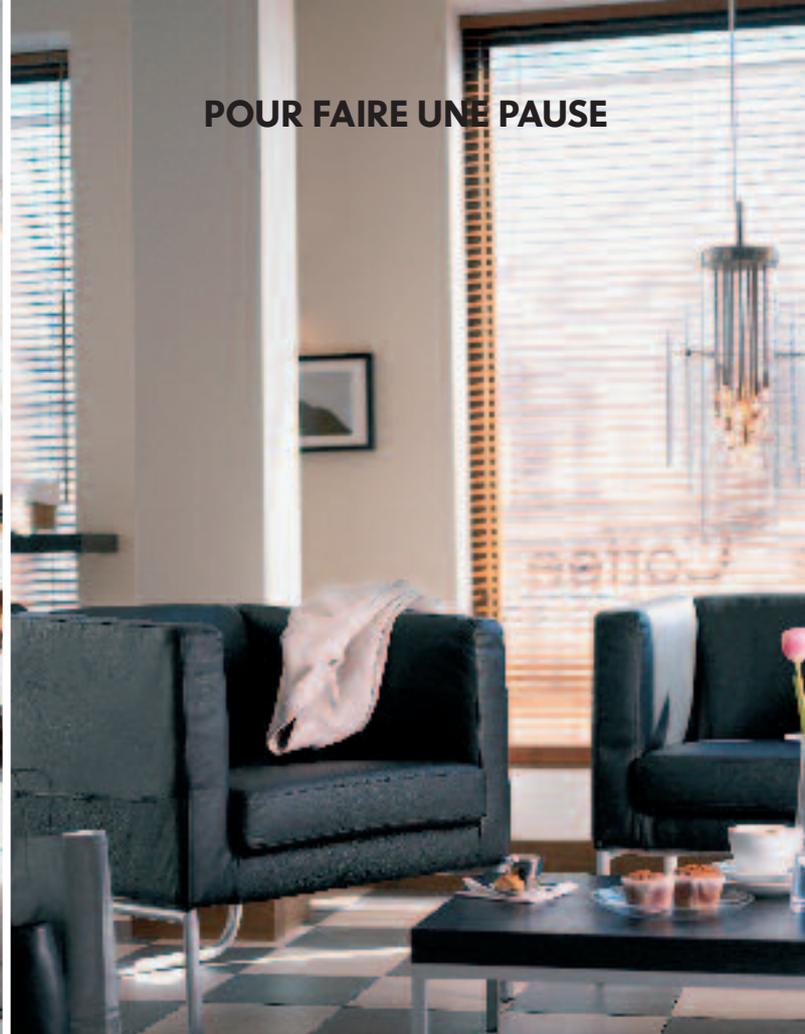
Fredrik Reinfeldt a su s'assurer une victoire totalement improbable s'il avait été seul en sachant composer avec les trois autres partis de son bord. Göran Persson a cru que seul, il gagnerait encore. La leçon est bien là et elle est ultra simple : pour s'assurer les faveurs de l'électorat avec de bonnes idées, mieux vaut combattre en front uni qu'en ordre dispersé. Le plus dur étant de raboter l'ego partisan au profit du consensus.

Ce devrait être en tous cas une leçon pour une France en proie à ses tourments pré-présidentiels. En fait, ce devrait être une leçon pour l'Europe. Cette Europe qui aura été pourtant si singulièrement absente du débat électoral suédois.

**POUR METTRE EN VALEUR**



**POUR FAIRE UNE PAUSE**



**Travailler mieux, dépenser moins.**

**POUR TRAVAILLER FACILEMENT**



Découvrez des milliers de produits de qualité à bas prix, ainsi que des idées d'aménagement et de décoration pour votre entreprise. Quels que soient votre secteur d'activité et la taille de vos locaux, vous trouverez dans vos magasins IKEA, toutes sortes de solutions pour améliorer votre quotidien au travail.

Pour en savoir plus sur les produits IKEA et les services réservés aux entreprises :  
[www.IKEA.fr/bureaux](http://www.IKEA.fr/bureaux) ou **0825 100 800**  
(0,15€/min)

**IKEA**<sup>®</sup>  
Pour les entreprises aussi

p.5

## interview

Sven-Olof Bodenfors

p.6,7,8

## bloc-notes

- nouveaux membres
- carnet d'affaires
- nominations
- tableau d'honneur
- tous azimut
- culture

p.10,11,12

## reportage

Télécoms, Internet... ça bouge !

p.13,15

## entreprises

- Hygena
- Les régions parlent aux régions

p.17

Activités CCSF

p.18

## chronique

Artistes, au féminin pluriel

**Chambre de Commerce Suédoise en France (CCSF)**, 6 rue d'Uzès, 75002 Paris, téléphone 01 53 40 89 90, fax 01 53 40 82 52, E-mail : info@ccsf.fr, Site Internet : www.ccsf.fr •

**Présidente, Directrice de la publication**

Gïta Paterson • **Comité de rédaction** -

Tomas Fellbom, Anders Fogelström, Britt Norée,

Gïta Paterson, Claes Rasmusson, Håkan Skoglund

• **Rédaction** Françoise Nieto, Claire Mallet

• **Création originale de la maquette** -

Dan Hayon • **Photogravure et impression** -

IMPRIMERIE SERVIPLUS, Orly •

**Distribution** - France-routage •

**Administration et publicité** -

Tina Darcel et Katarina Lööf, CCSF,

tél. 01 53 40 89 90, fax 01 53 40 82 52, e-mail : info@ccsf.fr

**Si vous ne souhaitez plus recevoir**

**LIENS**, merci de nous écrire à info@ccsf.fr

\* \* \*

LIENS est imprimé sur Multiart Matt 115 grs, papier couché,

produit par STORAENSO. Pour en savoir plus,

contactez **Stora Enso France** -

**Division Fine Paper**,

téléphone 01 53 64 79 00, fax 01 53 64 79 90

\* \* \*

Ce numéro a été distribué à 5000 exemplaires.

\* \* \*

ISSN 1253-3343



**A**près un été mémorable, le plus chaud jamais enregistré en Suède, la rentrée politique s'est elle aussi placée d'emblée sous le signe du changement de climat. L'issue de ces législatives a eu un écho mondial, tant notre pays était devenu synonyme de stabilité gagnante que chacun venait ausculter des quatre coins de l'Europe, surtout de France, pour en ramener les meilleures recettes.

*Sans anticiper sur les perspectives de réussite de la nouvelle équipe au pouvoir à Stockholm, soubaitons que les "retouches" - pas si légères que cela, d'ailleurs - qu'elle se propose d'apporter au système existant dynamisent la performance globale du pays et assurent sa compétitivité sur le long terme.*

*Ce qui est en tous cas particulièrement intéressant, en termes de chances que l'on se donne pour réussir, quelle que soit l'entreprise, c'est la cohésion, le travail d'équipe et la détermination dont a fait preuve l'Alliance de centre-droit dans sa volonté de gagner. Un exemple.*

*Suivez mon regard ... il se porte directement sur nos activités, ici, à la Chambre de Commerce. Quitte à me répéter, c'est en travaillant encore plus étroitement ensemble, en partageant vos expériences, en apprenant de celles des autres, en participant aux activités que nous proposons et en profitant de tout le soutien "logistique" que nous sommes en mesure de vous fournir, que vous donnerez à vos entreprises respectives des chances accrues de s'affirmer dans la compétition.*

*Ceci dit, le calendrier de l'automne nous conduira vite à nos propres événements traditionnels de fin d'année. Je pense, bien sûr, à notre Prix d'Excellence, et j'ai le plaisir de vous annoncer que S.A.R. la Princesse Héritière Victoria de Suède nous fera de nouveau l'honneur de sa présence à la soirée franco-suédoise de remise du prix qui aura lieu, cette année, le 1<sup>er</sup> décembre.*

*D'ici là, les occasions de nous rencontrer ne manqueront pas. N'oubliez pas de consulter notre site et répondez nombreux à nos invitations !*

Gïta Paterson  
Présidente

# **XC90** IL FAUT BIEN LE RECONNAÎTRE CE N'EST PAS LE MÊME



## **ENCORE PLUS DE CONFORT** POUR CE NOUVEAU VOLVO XC90.

NOUVELLE SELLERIE CUIR INTÉGRAL, NOUVELLE FINITION INTÉRIEURE LUXUEUSE,  
SYSTÈME AUDIO HAUT DE GAMME AVEC CONNEXION AUXILIAIRE iPod® ET LECTEUR MP3,  
NOUVEAU SYSTÈME DE NAVIGATION RTI, NOUVEAU DESIGN  
ET OPTIMISATION DE LA SÉCURITÉ... IL FAUT BIEN LE RECONNAÎTRE,  
LE NOUVEAU VOLVO XC90 MÉRITE VRAIMENT D'ÊTRE VU DE PLUS PRÈS.

**NOUVEAU VOLVO XC90 SUR VOLVOCARS.FR**

Gamme Volvo XC90 : consommation Euromix (en l/100km) 8,2/13,5 CO2 rejeté (g/km) 217/322. Volvo for life est une marque déposée.

Volvo. for life



# “Mille fleurs qui doivent faire un bouquet”

**Il ne s'agit pas de poésie, mais de la mise au point d'une arme de persuasion massive : l'image de marque d'un pays ou nation branding, qui vise à rehausser ses avantages compétitifs dans la globalisation des échanges. Grand publicitaire et homme de communication, Sven-Olof Bodenfors est un spécialiste de la question. Il est aussi un fin connaisseur de la France. Quelques extraits d'une longue conversation.**



*La Volvo XC 90 a été la première voiture au monde à faire l'objet d'une campagne de lancement entièrement basée sur l'internet. Un nouveau produit automobile suédois innovant associé à un concept créatif suédois et aux technologies internet suédoises, le tout mis en situation dans un paysage suédois captivant.*

*La formule contribue évidemment au développement de l'image de marque Volvo, mais renforce et renouvelle de même la "marque" Suède. Ce site a valu à Volvo et à l'agence Forsman & Bodenfors de remporter le Grand Prix lors du Festival International de la Publicité de Cannes. Le succès est certes une question de message - mais repose bel et bien aussi sur l'excellence de sa diffusion !*

## **Qu'apporte de nouveau, selon vous, le concept de "nation branding" ?**

Les politiques, les gens d'affaires, de marketing et de publicité, ont une foi démesurée dans la recherche de la meilleure recette du succès mais rares sont ceux qui savent réellement ce que signifie ce concept de "branding". Dans ce cas, il n'y a pas de recette standard, sinon qu'il requiert une volonté politique, une stratégie extrêmement claire, de la détermination - et, aussi, une communication solide. Par exemple, en l'espace de dix ans, Volvo a fortement renforcé son efficacité commerciale en conjuguant à un niveau très élevé, et en le faisant savoir, sûreté, design et prestations.

## **Un pays n'est pas un produit !**

Oui, mais de même qu'un produit à la bonne image de marque est un atout considérable dans la concurrence globale, un pays qui exploite au maximum ses meilleures qualités, qui sait innover mais aussi séduire là où on ne

l'attend pas et qui en fait une bonne promotion, augmente ses chances d'attirer clients et visiteurs. Le tout est, une fois qu'on y est arrivé, de ne pas relâcher l'effort. De toujours penser avec les yeux du consommateur, du visiteur, et d'être attentif à la perception des autres.

## **En Suède, il s'agit maintenant d'être "de classe mondiale"...**

Justement, car pour qu'un petit pays comme le nôtre tire son épingle du jeu dans un climat concurrentiel croissant, il est vital qu'il développe ses meilleurs atouts, en l'occurrence, environnement, technologies de l'information, industrie, tourisme et, j'ajouterais car c'est très important, spécificités culturelles. Regardez IKEA qui, plus que vendre des meubles, a réussi à imposer une attitude scandinave dans la création de l'espace de vie. A la faire goûter aussi, puisque c'est aujourd'hui le plus grand exportateur particulier de produits alimentaires ! En termes d'image pour la Suède, c'est plutôt impressionnant.

## **Que feriez-vous pour améliorer celle de la France ?**

Le Président Chirac ne m'a pas encore appelé !... Plaisanterie à part, ce pays dispose d'atouts classiques énormes - culture, gastronomie, vins, mode... - mais qui gagneraient à être stimulés. Elle a aussi de remarquables infrastructures fruites d'une réelle volonté politique et un talent créatif qui se manifeste notamment dans le design automobile. Mais elle a surtout un potentiel régional caché qui mériterait d'être exploité à grande échelle. Je crois très fortement dans le développement de l'image de marque régionale, a fortiori dans un pays comme celui-ci dominé par sa capitale, pour moderniser l'image globale de la nation et susciter une nouvelle curiosité. A côté de cela, il y a aussi un effort d'ouverture à consentir sur le plan linguistique,

l'anglais, bien sûr, qui relève également de la volonté politique. Par exemple en abandonnant le doublage à la télévision au profit du sous-titrage...

## **Vous prêchez une convertie ! Mais encore ?**

En fait, ce sont mille fleurs qui doivent faire un seul bouquet - l'image. Mieux : des fleurs bien choisies, crédibles et présentées avec conviction. Les grandes marques sont nées comme ça.

Propos recueillis par  
Françoise Nieto

Sven-Olof Bodenfors.



nouveaux membres

■ **Getinge**

Implantée dans l'Essonne, **Getinge France** fait partie du groupe suédois Getinge, leader mondial incontesté du marché des équipements et des solutions globales de stérilisation et de lutte contre l'infection, destinés aux hôpitaux, laboratoires, centres de recherche et aux industriels (industrie pharmaceutique, agroalimentaire, etc.).

[www.getinge.com](http://www.getinge.com)

■ **Breas Medical**

**Breas Medical** fabrique et commercialise différents systèmes de ventilation conçus pour les hôpitaux et cliniques (principalement en réanimation, urgences et ambulatoire) ainsi que pour les prestataires de soins à domicile. Le groupe suédois est présent dans le monde entier. En France, Breas Médical Sarl est installée dans le Parc technologique de Saint-Priest, dans l'agglomération lyonnaise.

Contact : tél. 04 72 47 29 92, [breas.medical@breas.fr](mailto:breas.medical@breas.fr), [www.breas.com](http://www.breas.com)

■ **Hägglands Drives / Christer Sahlberg**

La société **Hägglands Drives** fabrique des systèmes et produits hydrauliques, notamment des moteurs hydrauliques connus dans le monde entier pour leurs performances. Ils sont utilisés dans un grand nombre d'environnements, des industries de construction et de transformation jusqu'au secteur maritime et de la pêche. Hägglands Drives, qui constituait à l'origine l'une des trois branches de l'ancien groupe suédois Hägglund & Söner est devenu une société autonome en 1993. Sa filiale française, Hägglands Drives Sarl, dirigée par le Suédois **Christer Sahlberg**, est basée à Grenoble, tout en bénéficiant d'une antenne commerciale à Choisy-le-Roi, en région parisienne.

**COURS DE SUEDOIS**

Cours de langue pour adultes  
Début des cours à partir du  
25 septembre.  
Tous niveaux



Renseignements et inscriptions au :  
**Centre Culturel Suédois**  
11, rue Payenne • 75003 Paris  
Tél. 01 44 78 80 20  
[www.ccs.si.se](http://www.ccs.si.se) • [info@ccs.si.se](mailto:info@ccs.si.se)

■ **Volvo IT**

Créée en 1967, la division informatique du groupe Volvo est devenue une filiale du groupe en 1998. L'exigence de son héritage industriel ainsi que la compréhension de ce secteur et de ses process lui procure un avantage compétitif certain pour développer, intégrer et exploiter des solutions informatiques à haute valeur ajoutée complétées par un niveau de sécurité optimum. Aujourd'hui, **Volvo IT** apporte son expertise technique au sein des entités du groupe, mais aussi à des clients externes. Entreprise internationale de plus de 6 000 professionnels répartis sur 30 pays, elle couvre toute la chaîne de valeur informatique nécessaire à l'industrie.



Contact : Volvo Information Technology,  
Jean-Marc Prost, Business Development  
Manager, tél. : +33 (0)4 72 96 43 35,  
[jean-marc.prost@volvo.com](mailto:jean-marc.prost@volvo.com)

■ **Fidus**

Historiquement présente - depuis près de 50 ans - sur deux métiers, l'audit légal et contractuel et l'expertise comptable, **Fidus** développe aussi des activités de conseil qui répondent à des demandes plus spécifiques et nécessitent des compétences particulières. Avec l'ambition de marquer clairement sa différence, notamment en termes de service, Fidus, qui regroupe 8 associés et environ 50 collaborateurs, a la volonté de rester une société indépendante. Sa très bonne connaissance des PME-PMI et notamment des filiales de sociétés étrangères ainsi que sa présence auprès de groupes industriels, bancaires, de services, de sociétés financières lui ont permis d'acquérir des compétences multiples et de faire de ses équipes des spécialistes dans ces domaines. Elle travaille en outre depuis plus de 20 ans pour des filiales de sociétés suédoises en audit ou en outsourcing.

Contact : tél. 01 42 56 07 77,  
[fidus@fidus.fr](mailto:fidus@fidus.fr), [www.fidus.fr](http://www.fidus.fr)

■ **José Rosell** est le co-managing partner, à Paris, du cabinet d'avocats new-yorkais, **Hughes Hubbard & Reed LLP**. Hughes Hubbard est établi à Paris depuis 1966 et se concentre dans les domaines de l'arbitrage international, des fusions-acquisitions, du droit du travail, du droit immobilier et du droit de la communication. Avocat au Barreau de Paris, José Rosell est spécialisé dans le domaine de l'arbitrage international. A ce titre, il conseille depuis de nombreuses années diverses sociétés suédoises, ainsi que des institutions et des sociétés multinationales ayant des relations avec la Suède. José Rosell est notamment membre de la Swedish Arbitration Association, basée à Stockholm.

José Rosell



■ **Pernilla Dalroth**, Avocat à la Cour

■ **Bertrand Moreau**,

Président de CREDIA

carnet d'affaires

■ **Lexington et Descamps : rien que du beau linge !**

Le linge de maison haut de gamme signé **Lexington** cache bien son jeu. Malgré son style très clairement inspiré d'une ambiance "Nouvelle Angleterre" et "cottage", Lexington est une création...



100 % suédoise ! The Lexington Company est déjà présente dans 16 pays à travers environ 500 boutiques en Europe. Et des "Lexington Corners" figurent en bonne place dans de prestigieux grands magasins tels que Harrods à Londres ou El Corte Ingles en Espagne. Afin de s'implanter durablement sur le marché français, la société suédoise a engagé un partenariat avec le groupe français **Descamps**, l'un des leaders européens du textile dans les univers du linge de lit et linge de toilette. C'est ainsi Descamps qui se voit chargé de lancer la marque en France et sera responsable de la distribution et du marketing dans une série de boutiques et grands magasins français soigneusement sélectionnés. "Nous sommes très heureux d'avoir trouvé, avec le concours de Swedish Trade Council à Paris, un partenaire compétent ayant la force de frappe, l'expérience et les ressources nécessaires pour introduire Lexington sur ce marché réputé difficile et très concurrentiel", se réjouit Kristina Lindhe, P-DG et créatrice de The Lexington Company. [www.lexingtoncompany.com](http://www.lexingtoncompany.com)

■ **Nouveau "divorce" Renault-Volvo**

**Renault** a décidé de faire cavalier seul sur le marché scandinave pour créer sa propre filiale de distribution de véhicules particuliers et utilitaires, ainsi que de service après-vente en s'appuyant sur le réseau existant des concessionnaires suédois, norvégiens, finlandais et danois. Depuis 1982, Volvo Cars assurait cette distribution à travers un réseau sous double enseigne Volvo-Renault. Cette coopération cessera au 1<sup>er</sup> janvier 2008.

■ **SKF a finalisé l'achat de SNFA**

L'acquisition par **SKF** de l'entreprise française **SNFA**, fabricant de roulements pour l'aéronautique et les machines outils (voir notre numéro de juin) vient d'être finalisée, après approbation de la Commission européenne et de Bercy.



COPYRIGHT SKF

Site SNFA près de Valenciennes.

SNFA compte 790 salariés, dont 500 à Valenciennes. Jean Tournoux, directeur général de SKF en France, souligne l'importance de cet achat, par lequel le Groupe SKF affirme "sa volonté de procéder à des investissements sélectifs en Europe et en France, dès l'instant où ceux-ci sont à forte valeur ajoutée".

■ **AB Volvo premier actionnaire de Nissan Diesel**

Avec **AB Volvo**, Nissan a enfin trouvé preneur pour ses 19 % de participation dans Nissan Diesel, le plus petit des constructeurs japonais de camions qui, comme sa maison mère, avait frôlé la faillite en 1999. AB Volvo acquiert 13 % des parts (195 millions de dollars) en un premier temps, et le reste, d'ici 4 ans. Ce rapprochement permet au suédois, numéro 2 mondial du poids lourd, de renforcer sa présence en Asie, notamment en Chine, et à Nissan de se recentrer sur son cœur de métier, l'automobile. Volvo et Nissan sont tous deux affiliés à Renault qui détient 44 % de Nissan et 20 % de Volvo à qui il a vendu sa branche poids lourds en 2001.

**nominations**

**Trois nouveaux interlocuteurs à l'Ambassade de Suède**



Per Holmström.

■ **Per Holmström** vient remplacer Anna Hammargren à un poste clef, celui de **chef de la direction des affaires politiques et économiques** de l'Ambassade de Suède à Paris. Per Holmström a fait toute sa carrière au sein du ministère suédois des Affaires étrangères. Il était depuis trois ans directeur adjoint des services administratifs (planification, organisation et budget) du ministère à Stockholm, après avoir été responsable de la zone Afrique de l'Ouest et Afrique Centrale. Per Holmström connaît déjà bien l'Ambassade de la rue Barbet de Jouy : à l'issue d'une formation à l'ENA, il y a exercé, de 1996 à 1999, les fonctions de secrétaire d'ambassade.

■ **Le colonel Bertil Dahlrot** a été nommé **Attaché de défense** près l'ambassade de Suède à Paris. Militaire de carrière, il a occupé un nombre impressionnant de postes : chef de section à l'Etat-major des Armées, chef de division au Commandement international des forces armées suédoises (SWEDINT), adjoint au chef de l'Etat-major de la région centre de la défense territoriale, officier de liaison au centre de planification et de conduite des opérations (CPCO) à Paris...



Bertil Dahlrot.

■ **Arne Kallin** succède pour sa part à Jan Nyberg en tant que **conseiller de presse** et chef de la direction de la presse, de l'information et de la promotion de la Suède. Il a lui aussi toujours navigué dans le monde des affaires étrangères et des relations diplomatiques. Ses postes à l'étranger l'ont conduit à Copenhague ainsi qu'à Berlin, où il a notamment pu vivre en direct la chute du mur. Après avoir été responsable du service de presse pour les correspondants étrangers au ministère suédois des Affaires étrangères, Arne Kallin y occupait depuis 2001 le poste de chef du service information (information du public, intranet, conseil en communication auprès des autres départements du ministère...).



Arne Kallin.

■ **Pierre Tolcini à la tête du bureau VisitSweden en France**

Après des études d'économie à Handelshögskolan à Göteborg, **Pierre Tolcini** a travaillé dans plusieurs pays pour un tour opérateur suédois. En France depuis 1991, il s'est spécialisé dans le secteur réceptif (programmes pour agences de voyages étrangères souhaitant vendre des voyages en France), surtout pour le tourisme d'affaires et a été pendant six ans le directeur de Scandinavian Incoming, leader sur le marché parisien de ce secteur très concurrentiel. Il a rejoint VisitSweden en 2002 comme directeur commercial France/Italie/Espagne. Le voici maintenant directeur et responsable pour la France. "C'est un grand plaisir de pouvoir faire du marketing et sensibiliser à la destination Suède, qui séduit un nombre toujours grandissant de Français. J'adore la beauté de la Suède et,

Pierre Tolcini.



après toutes ces années en France, j'admire aujourd'hui ce pays avec des yeux français", note Pierre Tolcini, qui se dit aussi "amoureux de la France depuis 1985", année de son premier stage de français à Aix-en-Provence... et qui, de mère suédoise et de père italien, garde également une grande attirance pour la séduction et le charme de l'Italie !

**tableau d'honneur**

■ **Pluie d'or pour Volvo Cars au Challenge Bibendum**

16 médailles d'or en tout, soit le meilleur résultat dans la catégorie des voitures particulières : c'est le remarquable résultat obtenu par **Volvo Cars** à la manifestation internationale créée par Edouard Michelin en 1998 et qui s'est tenue cette année à Paris, début juin. Le **Challenge Bibendum** est un forum articulé autour du défi énergétique, de la mobilité urbaine et de la sécurité routière - travaux pratiques et compétitions à l'appui. Le programme environnemental de Volvo Cars a donc été largement récompensé, renforçant sa position comme l'un des constructeurs les plus avancés dans le monde en matière de respect de l'environnement et de sécurité. Le prototype break V70 Multi-Fuel (5 carburants possibles) et la S40 1.6D se sont particulièrement distingués dans les 7 catégories de tests techniques. Tous résultats pondérés, c'est néanmoins Toyota qui est sorti vainqueur de l'édition 2006.



Maria Stenström, Directeur Général Volvo Automobiles France, reçoit le trophée des mains de Michel Rollier, président de Michelin.

**tous azimut**

■ **Un restaurant franco-suédois à Chalon sur Saône !**

Créé il y a un an par Helene Hult et Christian Allaire, **Le Poisson Bleu** propose cuisine scandinave et produits de la mer tous les jours du mercredi au dimanche inclus. L'enseigne a déjà ses habitués et elle attend votre visite ! L'adresse : 66, rue de Strasbourg (sur l'île Saint-Laurent), Chalon sur Saône. Pour réserver : 03 85 93 66 48

■ **La mode suédoise se porte bien et le fait savoir !**

“Placer la Suède sur la carte mondiale de la mode”, montrer que “les Suédois sont des acteurs importants dans l’univers lié à la création d’un style de vie moderne”.



Pour nourrir cette ambition, la Suède occupera un étage entier du Palais de la Bourse à Paris dans le cadre de Tranoi, un important showroom international des créateurs de mode. Cela se passera du 6 au 9

octobre... autrement dit au moment de la semaine de la mode, cette semaine où Paris devient la capitale mondiale du prêt-à-porter et des couturiers. L’ambiance entourant les exposants suédois sera particulièrement soignée, de nombreuses opérations de relations publiques et relations presse seront organisées... Le but est bien de se faire remarquer, et de permettre aux participants de faire affaire avec des agents, acheteurs et distributeurs internationaux. Parmi les marques présentes : Whyred, Nakkna, Hope, Fifth Avenue Shoe Repair, Dagmar, David and Martin, Velour, TSM, Sophie... Le Swedish Trade Council soutient cette opération initiée par la jeune société suédoise “Fashion[00]46”.

Contact : Erica Kulas,  
erica.kulas@swedishtrade.se

■ **“Visa pour l’Afrique francophone”**

Le **Swedish Trade Council** organise les **5 et 6 octobre** à Paris un séminaire consacré aux **opportunités commerciales en Afrique francophone**. Ouvert à toutes les entreprises suédoises et leurs filiales souhaitant démarrer ou développer des projets commerciaux dans cette région du monde, ce séminaire leur permettra de mieux connaître les spécificités de ces marchés africains. Au programme en effet : interventions d’experts, études de cas ciblées sur les tendances et opportunités actuelles... Sans oublier la possibilité de rencontrer les représentants d’entreprises, d’organisations et d’ambassades - tant du côté suédois et français que du côté africain - ainsi que plusieurs hommes d’affaires de référence.

Contact à Paris :  
robert.wentrup@swedishtrade.se

**Bourse CCSF 2006 : encore un bon cru !**

La CCSF a cette année accordée quatre bourses pour permettre aux étudiants ou jeunes diplômés suédois de venir effectuer un stage de futur manager au sein d’une société membre. Les heureux élus, qui débiteront leur stage dès cet automne, ont été sélectionnés en fonction de leur parcours, de leur projet professionnel, de leur motivation... mais aussi, bien sûr, des besoins des entreprises qui les accueilleront. “Le choix n’était pas facile, car les candidatures étaient très nombreuses et d’excellent niveau”, confie **Gita Paterson**. Au final, les boursiers 2006 sont quatre jeunes femmes qui, âgées de 24 à 26 ans, affichent toutes de brillants CV dans le domaine de l’économie et du commerce. Toutes ont d’ailleurs déjà eu un lien privilégié avec la France dans le cadre, principalement, de leurs études.

■ Ainsi, **Hanna Öström**, qui rejoindra pour son stage l’importateur de mobilier **Nordic Design**, a fait un passage par l’Institut d’études politiques de Bordeaux avant d’obtenir un master de sciences politiques en Suède puis d’étudier l’économie d’entreprise.



■ **Laleh Pakzad**, Suédoise d’origine iranienne, a pour sa part fait des études en économie et en relations internationales à Göteborg... avec un détour par l’Ecole supérieure de commerce de Grenoble. Elle sera accueillie, comme elle le souhaitait en vue de la préparation d’un mémoire, par **Volvo Automobiles**.

■ Quant à **Caroline Kristensson Helin**, elle est même déjà en France, ayant suivi les quatre années du cursus de l’European Business School de Paris. Ce qui ne l’a pas empêché de partir chaque été travailler en Suède ni de découvrir aussi Londres et Munich dans le cadre de semestres d’études et de stages. Un profil très international qui a intéressé **Tetra Pak**.



■ **Annelie Sule**, enfin, est sur le point d’achever de longues études en commerce et administration des entreprises à l’Université de Stockholm. Elle réalisera son stage chez **SCA Hygiene Products**. Son lien avec la France est déjà tracé...

puisque la mère d’Annelie est Française.

■ **La Scandinavie est au Bon Marché**

Jusqu’au 14 octobre sous la verrière du 2<sup>ème</sup> étage du Bon Marché, retrouvez l’**exposition “Scandinavia”**, consacrée au design scandinave sous toutes ses formes, qu’il s’agisse de mobilier, d’objets, de mode ou d’accessoires. Avec pour invités d’honneur la top model danoise Helena Christensen... et la griffe suédoise ultra-tendance (déjà culte, même, paraît-il !) Acne Jeans. La marque a même créé pour l’occasion une série d’articles exclusifs. Côté maison, on citera parmi les présents les chaises Möbler, la porcelaine Gustafsberg, les tissus de “10 Swedish Designers” ou encore les jouets Brio.

**culture**

■ **Bruno Mathsson, gourou du design moderniste**

Pendant deux mois, **jusqu’au 29 octobre**, le **Centre culturel suédois** accueille une exposition rétrospective consacrée à l’un des plus grands designers et architectes suédois du 20<sup>ème</sup> siècle, **Bruno Mathsson**. Ses meubles imaginés dès les années 30, notamment ses chaises à sangles, sont d’emblée devenus mondialement célèbres. Ils sont aujourd’hui encore caractéristiques du “Swedish Modern”, le style dominant du design intérieur des années 30 et 40... et ont même connu un revival avec l’arrivée du phénomène du vintage moderne. De la même façon que son design est fondé sur une réflexion autour de l’ergonomie (et notamment de la position assise idéale), lorsque Bruno Mathsson s’attaque à l’architecture, c’est là encore en se référant à une certaine vision de la vie de l’homme moderne dans son environnement. Il donne ainsi naissance à des maisons faites de systèmes modulables et dominées par de grandes surfaces vitrées. Le salon de sa propre maison d’été en Suède, qui concentre à lui seul ces idées autour de l’habitat et de l’ameublement, est montré en grandeur nature dans le cadre de cette exposition.

CCS, 11 rue Payenne, Paris 3<sup>ème</sup>,  
tél. 01 44 78 80 20, [www.ccs.si.se](http://www.ccs.si.se)

La maison de Bruno Mathsson  
à Tännö, Värnamo, Suède, 1964-65



PHOTO : ÅKE E:SON LINDMAN - © ARKITEKTURMUSEET 2004

# QUATRE QUESTION CLÉS qui placent l'Homme au centre de votre stratégie

AUJOURD'HUI

## De quelles compétences avez-vous besoin ?

### Accompagnement de la stratégie

- Conseil pour la mise en œuvre
- Conduite du changement
- Benchmarking
- Analyse du client

## Quelles sont celles dont vous disposez aujourd'hui ?

### Évaluation des ressources

- Audit de management
- Audit d'équipes
- Talent mapping
- Bilans individuels

## Comment les développer ?

### Développement individuel et collectif

- Coaching de managers
- Gestion des hauts potentiels
- Team building
- Réorganisation d'équipes

## Comment acquérir celles qui vous manquent ?

### Recrutement et sélection

- Dirigeants et cadres spécialistes
- Recrutements internationaux
- Projets complexes
- Ingénierie de recrutement

DEMAIN



Si vous souhaitez en savoir plus sur nos activités, contactez :

Laurence Sérée de Roch

[laurence.sereederoch@mercuriurval.com](mailto:laurence.sereederoch@mercuriurval.com)

Tél. +33 (0)1 58 37 09 99 - Fax. +33 (0)1 58 37 09 98

27-29 rue des Poissonniers - 92522 Neuilly-sur-Seine Cedex

# Télécoms, Internet... ça bouge !

**Le monde de la téléphonie, notamment mobile, évolue à grande vitesse...**

**La 3G, qui a certes un peu de mal à décoller, génère de nouveaux usages multimédia. Dans le même temps, l'Internet haut débit a enfin gagné du terrain.**

**Les frontières entre technologies tendent à s'estomper.**

**Si, fidèle à sa réputation, la Suède reste dans le peloton de tête des baromètres de l'Europe numérique, la France n'entend pas se laisser dépasser par la révolution permanente des TIC.**

**D**ifficile de suivre... Mon téléphone mobile, même avec sa fonction bluetooth, ne vaut paraît-il plus rien s'il n'est pas 3G. Mon PDA a pris des airs d'antiquité pour ceux qui ne jurent que par leur BlackBerry. A peine ai-je accédé au Wi-Fi qu'on me parle de WiMax. Un abonnement Internet haut débit digne de ce nom se doit d'être triple play. Et il y a sûrement mille autres choses encore dont je me devrais d'être équipée... mais dont je soupçonne à peine l'existence. Ceci dit, à en croire les statistiques, je fais partie des consommateurs ou utilisateurs "moyens" de la fameuse "société de l'information".

Ces statistiques ne manquent pas. Et montrent bien à quel point notre quotidien est marqué par une accélération du déploiement des TIC. Tel est le cas dans toute l'Europe avec, évidemment, des écarts encore flagrants d'un pays à l'autre. Personne d'ailleurs ne s'étonne de trouver les pays nordiques en tête des classements. Selon les champs étudiés, la Suède, le Danemark et la Finlande se disputent le plus souvent les premières places, aux côtés des Pays-Bas. Ainsi, s'agissant de la téléphonie mobile, la Suède fait partie des cinq pays de l'UE ayant dépassé le cap des 100 abonnements pour 100 habitants. En France, les opérateurs ont encore une petite marge, avec un taux de pénétration de 74 %. La fin du téléphone fixe

a-t-elle sonné ? Apparemment, non, puisque pratiquement aucun ménage suédois n'a renoncé à sa ligne fixe (c'est en revanche le cas de 47 % des ménages Finlandais). L'essor de la téléphonie sur IP y est peut-être pour quelque chose, avec une croissance de 159 %

dont les Suédois utilisent leur téléphone mobile", explique-t-on à PTS, se référant à une hausse de 31 % du nombre de minutes passées sur les réseaux.

Mais c'est sur le réseau "3<sup>ème</sup> génération" que le sursaut est spectaculaire : toujours selon le

dernier rapport annuel de PTS, le temps de trafic sur ce réseau 3G a triplé et la quantité de données qui y ont été échangées a quadruplé.

Il s'agit pourtant bien d'un premier sursaut, puisqu'il ne représente encore que 7 % de l'ensemble des communications mobiles du royaume.

Trois opérateurs disposent d'une licence 3G en Suède : Hi3G, Svenska UMTS Licens et Vodafone. Si le pays a une longueur d'avance, c'est visiblement en termes de

réseau et donc de couverture de la population : en mai dernier, chacun des trois opérateurs couvrait entre 93 et 94 % de la population suédoise... alors qu'à peu près au même moment en France, SFR et Orange France, qui totalisent à eux deux environ 2 millions de clients, atteignaient péniblement une couverture de 60 et 58 %.

## Nomadisme

Grâce à des débits environ 40 fois supérieurs au GSM, les applications 3G sont multiples : téléchargement et envoi de sons et vidéo, vidéoconférences, synchronisation avec son



*TIC dans la vie de tous les jours.*

en un an en Suède, selon l'Autorité suédoise des télécommunications (PTS).

## 3G : premier sursaut

En matière d'opérateurs mobiles, France et Suède évoluent dans des conditions comparables avec, côté suédois, quatre opérateurs disposant de leur propre réseau GSM (Telia, Tele2, Vodafone et Spring Mobil). La Suède compte toutefois en réalité environ 25 opérateurs, en incluant par exemple ceux qui se concentrent sur le marché des entreprises.

*"La concurrence et donc la baisse des tarifs en 2005 ont eu un fort impact sur la façon*

PHOTOGRAPHE ET COPYRIGHT : HANS BJURLING - IMAGE BANK SWEDEEN



COPYRIGHT : SONY ERIC

PC, envoi d'e-mails, de graphiques et tous autres fichiers volumineux... Lorsque les débits seront suffisants, on pourra bien parler d'“ADSL en mobilité”. Au-delà de la dimension ludique voire “gadget” (“Nouveau portable avec fonctions friteuse et cafetière !”, s'amusait récemment un magazine spécialisé...), l'intérêt est donc évident, notamment pour les professionnels atteints de nomadisme aigu.

Selon l'UMTS Forum, qui regroupe équipementiers, opérateurs et régulateurs, le nombre de clients 3G dans le monde serait en train de dépasser la barre des 100 millions.

Et pourtant... études et les experts restent plus que prudents quant au succès immédiat de cette technologie prometteuse dont les licences ont été cédées à prix d'or. “Indépendamment de la voix, les Européens utilisent leurs téléphones mobiles essentiellement pour des services de messagerie”, résume par

exemple une récente étude du cabinet Jupiter-Research menée dans six pays européens, dont la France et la Suède. Principale raison invoquée ? Les tarifs des services, jugés trop élevés. Et sans doute, tout simplement, un intérêt limité pour les nouveaux services accessibles grâce à la 3G. “L'adoption de services mobiles multimédia est essentiellement le fait d'adolescents et de jeunes adultes, mais reste relativement marginale au regard de l'ensemble de la population mobile”, poursuit en effet l'étude, qui note aussi que même parmi les Européens possédant des téléphones multimédia compatibles, “seule une petite fraction utilise les services correspondants”.

### Expérimentation suédoise

Pendant ce temps pourtant, on n'arrête pas le progrès... Les générations suivantes, 3G+ et 4G, sont déjà en route. Qui plus est, des alternatives issues de l'informatique viennent se poser en nouveaux concurrents. Tel est le cas du Wi-Fi, qui a l'avantage d'offrir des débits plus élevés... et ce, gratuitement ! Le WiMax frappe aussi à la porte, avec une portée beaucoup plus longue que le Wi-Fi. La balle serait aujourd'hui

d'hui dans le camp des équipementiers, qui doivent être prêts à développer des téléphones et autres supports multimodes capables de fonctionner avec différents types d'accès.

Exemple de cette course à la “convergence” : Skype, le pionnier de la téléphonie sur Internet, teste actuellement avec l'opérateur mobile Hutchinson 3 (le principal opérateur UMTS en Europe) un système permettant



COPYRIGHT : TELIASONERA AB

aux abonnés 3G équipés d'un téléphone compatible d'utiliser le service Skype de voix sur IP. Le terrain choisi pour cette expérimentation ? La Suède !

S'il est un domaine des télécommunications pour lequel la Suède a souvent été citée en exemple, c'est tout simplement, depuis de longues années déjà, celui de l'accès à Internet, aux connexions haut débit voire très haut débit. Combien de voyages d'études n'ont pas emmené des groupes de Français examiner de près la recette suédoise de l'Internet pour tous ? Si la recette a sans doute perdu de sa spécificité, le royaume et ses voisins finlandais et danois restent classés en pointe en matière d'infrastructures.

Plus des trois-quarts des foyers suédois sont connectés à Internet, contre la moitié des ménages français. Quant au rythme de développement du haut débit, en France, il suit grosso modo le rythme de résorption des zones encore privées d'ADSL. Le seuil des 10 millions d'abonnements haut débit devrait être franchi d'ici peu, tandis que 50 % de la population suédoise dispose déjà d'un accès large bande.

### Spécificités

La France peut toutefois se prévaloir de quelques spécificités intéressantes, dont le succès des offres triple play (haut débit, télé-

phonie IP et TV numérique) et un niveau record d'équipement en routeurs Wi-Fi.

S'agissant des entreprises, les sociétés françaises tendent à rattraper leurs consœurs suédoises en matière d'accès Internet (taux de connexion de 90 %, contre 96 % en Suède) mais pas encore de haut-débit (52 %, contre 83 %). La Suède est d'ailleurs n°1 européen pour la part des entreprises disposant d'un site

ou d'une page d'accueil (87 %), loin devant la France (45 %).

En termes de “B to B” - transactions interentreprises -, les deux pays se tiennent au coude à coude (environ 40 % des entreprises se fournissent en partie en ligne). La première place européenne revient en revanche clairement à la Suède quant à la part de la population effectuant régulièrement des achats via Internet (36 %).

Enfin, pour l'anecdote, on relèvera un petit point commun franco-suédois en

matière, non plus de e-commerce mais de e-administration. Les deux pays sont non seulement tous deux jugés bons élèves européens quant aux services et contenus offerts par l'administration électronique... mais ont été distingués pour les performances de [www.impots.fr](http://www.impots.fr) et [www.skatteverket.se](http://www.skatteverket.se), leurs services fiscaux en ligne !

Claire Mallet

Internet haut débit.



COPYRIGHT : PRESSENS BILD - PHOTOGRAPHE : JAN E. CARLSSON - IMAGE BANK SWEDEN

Le tout nouveau Sony Ericsson P990i.

## Lycée International

Den bästa skolan för svenska barn i Frankrike !



Förskola – Grundskola - Gymnasium

- Vacker belägen i Saint Germain-en-Laye, Paris
- Skolkamrater från hela världen
- Undervisning på franska och svenska
- Inomskolorsundervisning - franska för nyinflyttade

För mer information, kontakta rektor  
Muriel Schaeffer på tel. 01 34 51 77 38  
kontore@svenskasektionen.fr  
[www.lycee-international.com](http://www.lycee-international.com)



## SVENSKA SKOLAN I PARIS

grundad 1878

från förskola till gymnasium  
och  
kompletterande svenska  
på onsdagar  
för fransk-svenska barn  
samt franska för vuxna



*För information,  
kontakta rektor Stefan S Ericsson*

ECOLE SUEDOISE DE PARIS  
9, rue Médéric - 75017 PARIS

Tel 01 46 22 31 05

[svenska.skolan.paris@wanadoo.fr](mailto:svenska.skolan.paris@wanadoo.fr)  
[www.svenskaskolanparis.com](http://www.svenskaskolanparis.com)

**GUNNEBO**  
For a safer world®



## CAP CLIENT

Fichet-Bauche, Ritzenthaler, Gunnebo Entrance Control, Hygiaphone, Wego ou Eurofence, nos marques se regroupent pour mieux vous servir et affichent résolument leur nouvelle identité :

**GUNNEBO for a safer world.**

En prenant l'identité de notre Groupe, nous nous recentrons sur nos valeurs que sont la satisfaction de nos clients, une offre globale et exhaustive d'équipements de sécurité et du service associé.

# Hygena prend des saveurs suédoises

**Hygena, l'un des premiers cuisinistes français, fait depuis quelques mois parti du groupe suédois Nobia. Pour les deux parties, cette intégration promet de faire recette.**

**A** peine un foyer français sur deux dispose d'une cuisine "moderne" ou cuisine "équipée". Le marché français des cuisines offre donc encore de belles marges de manœuvre. Et ce, d'autant plus que les consommateurs français semblent disposés à rattraper leur retard par rapport à leurs voisins européens : depuis quelques années, la croissance annuelle du marché français dépasse les 5 %, contre 1,6 % en moyenne en Europe. *"L'univers de la cuisine est l'un des plus dynamiques du marché de l'équipement de la maison. Le sous-équipement relatif des ménages français, l'intérêt croissant qu'ils portent à leur intérieur et le dynamisme de l'immobilier soutiennent les dépenses liées à l'aménagement de la cuisine"*, confirme une récente étude du cabinet Eurostaf.

Dans ce contexte, l'acquisition en février dernier de la société Hygena par le groupe suédois Nobia arrive visiblement à point nommé. Elle permet notamment à Nobia, leader européen de l'aménagement de la cuisine avec un portefeuille d'une douzaine de marques, de prendre pied en Europe méridionale, une zone dont il était encore absent. Le fait qu'Hygena soit uniquement distributeur - et non fabricant, contrairement aux autres entités de Nobia - constitue un atout en termes de stratégies de distribution et de synergies au sein du groupe.

## Affinités

L'enseigne française Hygena, créée à Lille en 1983, était une filiale du groupe britannique MFI. La vente d'Hygena, dont les bons résul-



*Un des dernier modèle de cuisine de Hygena.*

tats s'appuient sur un réseau de 138 magasins dans l'Hexagone, devait permettre à MFI de récupérer des actifs pour faire face à ses difficultés financières accumulées dans ses autres activités. Nobia a remporté l'affaire, pour un montant de 135 millions d'euros.

Du point de vue d'Hygena, ce changement de propriétaire est prometteur à plus d'un titre. Ne serait-ce que parce que la société fait cette fois partie d'un groupe *"spécialisé à 100 % dans la cuisine"*, tel que le souligne Daniel Souissi, président du directoire d'Hygena. En outre, Hygena, qui s'approvisionnait jusqu'ici uniquement auprès de MFI, dispose désormais de multiples fournisseurs potentiels parmi les autres membres de la famille Nobia. Dans tous les cas, les produits resteront vendus sous la marque Hygena.

Daniel Souissi constate d'ailleurs des affinités fortes dans les goûts et tendances esthétiques qui prévalent en France et en Europe du Nord. En sachant que les cuisines Hygena, vendues en kit puis posées chez le client, se situent *"sur le segment d'entrée et de milieu de gamme à fort volume"* (60 000 cuisines vendues en 2005). Moins chères que celles de nombre de concurrents français positionnés sur des budgets d'environ 10 000 euros, mais au dessus de ce que proposent des généralistes du meuble. Contre toute attente, Daniel Sioussi ne refuse d'ailleurs pas une certaine proximité avec, pour ne pas le nommer, le

leader mondial de l'ameublement "jeune habitat" lui aussi originaire de Suède...

## Une "fédération"

À l'échelle européenne, le groupe Nobia couvre quant à lui tous les segments de l'univers des cuisinistes. L'offre des filiales Optifit en Allemagne ou Magnet en Grande-Bretagne est comparable à celle d'Hygena. Côté production suédoise, on trouve les sociétés Marbodal et Myresjökök. Nobia, c'est aussi du très haut de gamme, avec Poggenpohl, réputée être la Rolls Royce de la cuisine !

Hygena, qui a intégré la branche "Europe continentale" de Nobia tout en conservant son équipe de direction, est désormais *"partie prenante d'un vaste projet d'économies d'échelle, par exemple en matière d'approvisionnement ou de partage de moyens"*, note Daniel Souissi. Les dirigeants de cette branche se rencontrent *"au moins une fois par mois"*, ceux de l'ensemble des filiales du groupe se réunissent plusieurs fois par an. Daniel Souissi évoque l'esprit d'une *"fédération"*. *"La politique de management des filiales, conçues comme des business units, est entrepreneuriale"*, avec comptes de résultats et exigences de rentabilité... sans exclure toutefois certains devoirs de "solidarité" entre confrères. *"L'univers professionnel des équipes d'Hygena s'est clairement élargi. Elles évoluent maintenant dans un environnement plus international"*, se réjouit le président.

Hygena va continuer à renforcer sa couverture du territoire français, avec la création de nouveaux magasins, et prévoit dès à présent de se tourner vers certains pays limitrophes. Un intérêt plus que partagé avec le siège du groupe, qui compte bien faire de la France sa *"plate-forme d'ouverture vers l'Europe du Sud"*.

Claire Mallet

[www.hygena-societe.fr](http://www.hygena-societe.fr)  
[www.nobia.se](http://www.nobia.se)



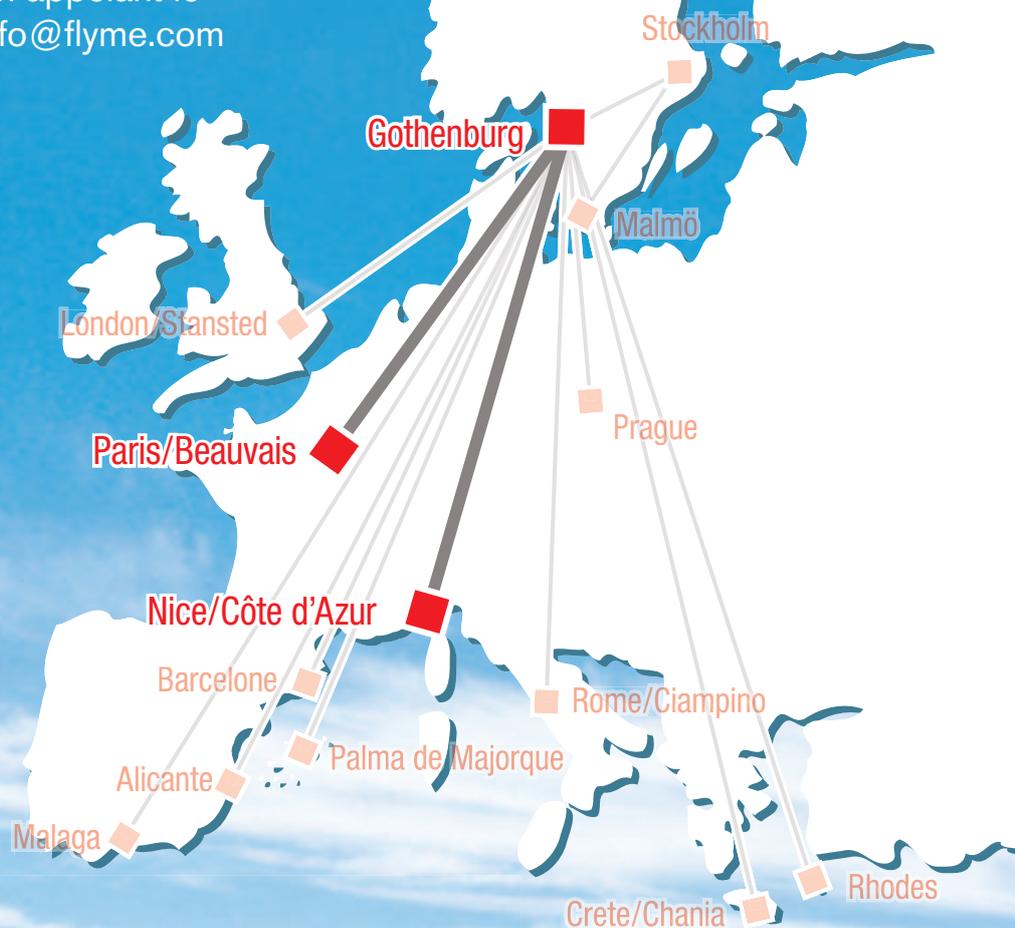
# Vols directs à bas tarif, à destination de Göteborg

FlyMe – compagnie aérienne suédoise à bas tarif – vient d'inaugurer des vols à destination de Göteborg, au départ de Paris et de Nice.

Bas tarif, réservations en ligne, flexibilité et amabilité du personnel font de FlyMe le choix évident pour se rendre à Göteborg – le centre de la Scandinavie.

Réservez vos billets sur [flyme.com](http://flyme.com)

Ou passez votre réservation en appelant le  
+46 770 790 790, E-mail : [info@flyme.com](mailto:info@flyme.com)



# FlyMe

COMPAGNIE AÉRIENNE SUÉDOISE À BAS TARIF

# Les régions parlent aux régions

De fin octobre à la mi-novembre, la région Rhône-Alpes sera en vedette à Göteborg. La Mission économique française en Suède, secondée dans son initiative par la CCFS, notre homologue française à Stockholm, a décidé de choisir la ville partenaire de Lyon pour accueillir ces "Semaines Françaises". Sponsor principal de l'opération : City Airline, qui assure des vols directs Lyon-Göteborg.

Les entreprises françaises ont encore du mal à trouver spontanément le chemin du Nord, en l'occurrence, celui de la Suède, et ignorent souvent que ce marché présente un potentiel élevé pour leurs exportations. Pour les aider à le découvrir, se faire connaître, rencontrer clients et partenaires potentiels et nouer des contacts, la Mission économique et la CCFS les attirent sur place. Après les opérations "Provence", "Design" et "Franchise" en 2004 et 2005 à Stockholm, les organisateurs français, sensibles à la politique suédoise de promotion des régions, décentralisent cette fois l'action à Göteborg pour y présenter principalement la région Rhône-Alpes. L'organisme ERAI (Entreprises Rhône-Alpes International) a appuyé Stockholm pour sensibiliser les entreprises de sa zone à l'opération. Le terrain est comme nous le savons, très fertile : Lyon et Göteborg avec leurs pôles indus-

triels et de recherche de première importance entretiennent déjà de solides relations qui ont été scellées par un accord de partenariat en 2005. La manifestation de cet automne doit donner l'occasion à d'autres branches de trouver des débouchés pour leurs produits.

## Séminaires techniques

En lever de rideau de ces semaines, deux séminaires techniques sont organisés les 24 et 25 octobre, afin de ne pas se retrouver dans les roues d'Elmia, le salon de la sous-traitance. Le premier, soutenu par les pôles spécialisés des deux régions, et avec la participation de l'INRETS (Institut National de Recherche sur les Transports et la Sécurité), traitera de **sécurité et confort automobile**. Particulièrement avancés dans ce domaine, Français et Suédois auraient tout intérêt à coopérer étroitement pour se positionner très vite sur ce marché qui, compte tenu de l'évolution prévi-

sible des normes européennes, offre de très intéressantes perspectives.

Le second séminaire portera sur le développement des **écotechnologies**, un secteur en expansion qui travaille sur les économies d'énergie sous toutes ses formes.

## Salons professionnels B to B

Du 9 au 12 novembre, deux salons professionnels - agroalimentaire, gastronomie et boissons, décoration, aménagement et habillement - se tiendront simultanément avec programmes de rendez-vous pour les exposants organisés par la Mission économique et la CCFS. Parallèlement aux salons, les produits présentés seront testés par le grand public à la quinzaîne commerciale de ICA Focus. A Nordstan, le plus grand centre commercial de Scandinavie, ce sont distributeurs et détaillants suédois qui proposeront les produits de leurs fournisseurs français.

Enfin, dans le cadre de ces salons consommation et art de vivre, il y aura, bien sûr, un défilé de mode au Victoria Arena, le haut-lieu des fashionistas de la cité, et, partout, des espaces de promotion touristique. La Corse, notamment, y sera très présente.

## Modifier l'image de marque de la France

Purement axées au départ sur les biens de consommation (Provence 2005), les manifestations françaises mettent l'accent sur la technique. Il ne s'agit pas de gommer l'image traditionnelle d'une France patrie du champagne mais de la moderniser et de la renforcer en montrant qu'elle est aussi une nation technique et technologique, ce qui est moins connu. En novembre 2007, toute la place sera faite à la Normandie qui abrite notamment un pôle spécialisé dans la sécurisation des transactions électroniques.

Françoise Nieto

[www.goteborg2006.net](http://www.goteborg2006.net)

# L'OFFRE SAAB RIVE GAUCHE.

## 25 900€



Durant tout le mois de septembre 2006 venez essayer la **Saab 9-3 Sport-Hatch 1.9 TiD 120ch Série Spéciale de Suède** et profitez de **4200€ d'avantage client**. Découvrez ses équipements exceptionnels (climatisation automatique, régulateur de vitesse, jantes alliage spécifiques, vitres arrière surteintées) chez Saab Rive Gauche. Vous pourrez participer au tirage au sort permettant de gagner un voyage Ice Expérience pour deux personnes à la découverte de la Suède et de l'univers Saab. [www.saab.fr](http://www.saab.fr)

**Pilots wanted\***  
Devenez pilote d'essai Saab

Prix de la Saab 9-3 Sport-Hatch 1.9 TiD Linear Sport à 29 300€ dont 800€ d'équipements offerts pour 1€ de plus et 3 401€ de remise. Offre réservée aux particuliers pour toute Saab 9-3 Sport-Hatch 1.9 TiD 120ch Série Spéciale de Suède immatriculée avant le 30/11/06. Puissance (kW) : 88. Consommation mixte (l/100km) : 5.5. CO2 (g/km) : 149. General Motors France - 1 avenue du Marais - 95101 Argenteuil. S.A.S au capital de 12 939 625 €. RCS Pontoise B 342 439 320.

**Saab  
à  
PARIS**

**Saab Rive Gauche**

76 bis, av. de Suffren - 75015 PARIS

**01 53 58 56 00**

[saab-rive-gauche@saabfrance.fr](mailto:saab-rive-gauche@saabfrance.fr)



■ Le **14 septembre**, **SEM l'ambassadeur de Suède en France**, Frank Belfrage, nous a fait l'honneur d'inviter les membres de la CCSF dans sa résidence pour la désormais traditionnelle **réception de rentrée**, qui permet chaque année, dans une atmosphère conviviale, d'évoquer notamment les grands sujets et enjeux de l'actualité franco-suédoise et les projets des institutions suédoises présentes en France. Les Boursiers de l'année ont aussi été présentés.



SEM l'ambassadeur de Suède, Frank Belfrage et Gita Paterson, Présidente de la CCSF lors de la réception le 14 septembre dernier.

■ Salle comble, le **21 septembre** au Cercle suédois, pour écouter **Christine Lagarde, ministre déléguée au Commerce extérieur**, partager avec les membres de la CCSF et des autres chambres de commerce nordiques sa vision de la mondialisation et du commerce extérieur français : points faibles et atouts de la France en matière d'attractivité et d'exportation, grands enjeux européens du moment, vicissitudes des négociations de l'OMC... L'exposé fut dense et convaincu, les questions de l'auditoire nombreuses et tout aussi pointues.



Christine Lagarde.

## La qualité suédoise à votre service

### CORPORATE BANKING

Nouveaux services répondant à tous les besoins de base de votre entreprise. Handelsbanken Paris, 8 place de l'Opéra, 75009 Paris. Tél. 01 42 66 58 98

### CRÉDIT IMMOBILIER

Financement et refinancement des vos projets immobiliers personnels. Handelsbanken St Raphaël, 62 place Pierre Coulet, 83700 St Raphaël. Tél. 04 94 40 11 50

### PRIVATE BANKING

Tous renseignements en conseils et placements personnalisés à Luxembourg et à Zurich. Handelsbanken Nice, 400 av Roumanille, 06410 Biot. Tél. 04 92 91 05 55

**Handelsbanken**

[www.handelsbanken.fr](http://www.handelsbanken.fr)

### à noter dans votre agenda de rentrée

■ Réservez votre soirée du **1<sup>er</sup> décembre** ! C'est en effet la date fixée pour la grande **Soirée franco-suédoise, en présence de S.A.R. la Princesse Héritière Victoria de Suède** qui aura lieu au Palais de la Bourse. A cette occasion, le **Prix d'Excellence 2006** qui récompense les performances d'une société suédoise en France, sera remis.

■ Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur **l'investissement immobilier...** vous sera révélé le **4 octobre**, lorsque la CCSF recevra pour une conférence petit déjeuner un expert de la question. **Ubbe Strihagen**, directeur international de **Aberdeen Property Investors**, le leader européen des investissements immobiliers, qui vient de s'établir en France, nous expliquera, en anglais, "Why French property is so hot for international investors".

■ **"Travailler en France, dans un environnement international"**. **Daniel Souissi**, président du Directoire d'**Hygena Cuisine**, entreprise française récemment intégrée au groupe suédois Nobia (voir notre article en page "Entreprises") nous apportera, le **17 octobre**, un nouvel éclairage sur cette dimension essentielle pour une entreprise devant s'adapter à l'environnement d'un grand groupe étranger. Conférence petit déjeuner.

**Pour tout renseignement sur la Chambre de Commerce Suédoise en France :**

6 rue d'Uzès - 75002 Paris  
Téléphone +33 (0)1 53 40 89 90  
Fax +33 (0)1 53 40 82 52

**[www.ccsf.fr](http://www.ccsf.fr)**  
**[info@ccsf.fr](mailto:info@ccsf.fr)**

# Artistes, au féminin pluriel

Loin des clichés qui lui sont associés, le mythique écrin de Saint-Tropez s'est ouvert durant tout l'été à un art sans artifices, à une Europe autre que celle des yachts étrangers et à une vision du féminin anti-starlettes. Avec la première édition de son "Été culturel", placée sous le thème "**Femmes d'Europe**", le village varois s'est laissé capter par la vaste exposition intitulée ART'FAB.

Cette exposition a investi plusieurs hauts lieux de la presqu'île - la Citadelle, le Lavoir Vasserot où des lingères se sont quotidiennement retrouvées pendant des siècles... - pour y proposer "*un état des lieux de la création artistique au sein d'un territoire à la fois commun, l'Europe, et rassemblant des identités très différentes*", tel que l'expliquent Susanne van Hagen et Danielle Gaudry Cazeau, les commissaires de ART'FAB. Et ce, en choisissant de consacrer l'ensemble de ce parcours à des femmes artistes.

"*Cette exposition n'est pas le reflet d'un quelconque féminisme, mais plutôt la manifestation de notre volonté d'offrir aux femmes la possibilité de s'affirmer sur la scène artistique contemporaine, aujourd'hui principale-*



Inauguration de la Salle Jean Despas le lundi 10 juillet. Olivier Kaepelin, Délégué aux Arts Plastiques, Susanne van Hagen, Commissaire de l'exposition et Jean-Michel Couve, Député-Maire de Saint-Tropez.

ment constituée d'artistes hommes", poursuivent les deux responsables.

Peintures, œuvres sur papier, photographies, sculptures, installations, vidéo, tissage... Références solidement établies ou créatrices en devenir... **Femmes représentant pratiquement tous les pays de l'Europe des 25...** Les 66 artistes choisies pour ce parcours brillaient par leur diversité. Elles avaient, il est vrai, été soigneusement sélectionnées par un comité composé de personnalités éminentes de l'art contemporain.

Parmi elles, **trois Suédoises** de renom étaient là. Dont deux photographes-plasticiennes. **Susanna Hesselberg**, qui vit et travaille à Malmö. Ses œuvres - qui ont régulièrement été exposées en Allemagne, dans les différents pays scandinaves... et à Paris, où elle a d'ailleurs résidé, à la Cité Internationale des Arts - mettent en scène des corps, des personnages, dans des

décors décalés les rendant étrangement surréalistes.

**Miriam Bäckström**, elle, photographie des intérieurs sans personnages, se faisant le témoin inattendu de l'histoire de l'aménagement intérieur en Suède (salons, salles à manger, reconstitutions d'intérieurs du musée Ikea...). Estimée comme l'une des photographes les plus intéressantes de sa génération, Miriam Bäckström a récemment représenté la



Suède à la Biennale de Venise.

Changement d'univers avec **Maria Manuela**, qui vit et travaille à Stockholm. Maria Manuela peint des "icônes pop" le plus souvent inspirées par la culture japonaise. Pour elle aussi, les liens avec la France ne sont pas neufs... puisqu'elle est une ancienne élève de l'école française de Stockholm.

Parmi les nombreux partenaires internationaux de l'événement figuraient, côté-



Isabelle, 2001, par Susanna Hesselberg. Photographies.



© MIRIAM BÄCKSTRÖM 22.02 COURTESY NILS STAERK CONTEMPORARY ART, COPENHAGEN

Museums, Collections and Reconstructions, IKEA corporate museum, IKEA throughout the Ages, Ålmbult, Sweden, 1999 par Miriam Bäckström, Série photo.

suédois, le programme d'échanges artistiques Iapsis (International artists studio program in Sweden), ainsi que **Volvo Automobiles France** qui, par la voie de Maria Stenström, avait souhaité s'associer à cette "*alliance de l'art, de la culture et des rencontres à travers les femmes et l'Europe*".

Claire Mallet



Double Happiness, 2005 par Maria Manuela. Couleur Flash vinyle sur toile de lin.



## Perfectly controlling risk Optimizing potential return

Successful investment is about striking a balance between desired returns and acceptable risk. Consequently, the question is always: how much risk must I assume for the investment return I seek?

Imagine owning an investment portfolio whose risk and return characteristics can be quantified with a 95% probability. At Nordea Bank S.A. this is actually possible. Our asset allocation concept, which can be personalised to suit the needs of individual

investors, enables you to know not only what investment return you may expect, but also to easily understand the degree of risk required to achieve it.

Within your personal portfolio, you might also consider including a selection from Nordea 1, SICAV, our award-winning range of investment funds. Check the latest performance and awards on [www.nordea.lu](http://www.nordea.lu).

Making it possible

Nordea Bank S.A. is a part of the leading financial services group in the Nordic and Baltic Sea regions. The group has 11 million clients and 29,000 employees. Being the leading Nordic pan-European banking entity in Luxembourg and Switzerland, Nordea Bank S.A. focuses on international Wealth Management, Fund Distribution and Fund Management services. Our 360 employees serve a wide spectrum of international clients in more than 125 countries.

**Nordea** 

### Private Banking

The sub-funds mentioned are part of the Nordea 1, SICAV, an open-ended Luxembourg-based investment company, validly formed and existing in accordance with the laws of Luxembourg. Investment in these Nordea funds should be made on the basis of the current prospectus along with the current annual and semi-annual reports. These documents are available, on demand and free of charge with Nordea Investment Funds S.A., 672 rue de Neudorf, P.O. Box 782, L-2017 Luxembourg and with our correspondent agent in France, Credit Agricole Investor Services Bank, 9, quai du Président Paul Doumer - 92920 Paris La Défense Cedex. We recommend that you inform yourself carefully before taking any investment decision. Nordea only supplies information about its own products and does not issue investment recommendations based on specific circumstances. Licensed by the Autorité des Marchés Financiers (AMF) on March 11th, 2003, the units of Nordea 1, SICAV can be marketed with investors in France, as published in the Bulletin des Annonces Légales Obligatoire on March 19th, 2003. Past performance is not a guide to future returns and the total capital invested is not guaranteed. Transactions involving foreign exchange may be subject to fluctuations in exchange rates, which can affect the value of an investment. Investments made in emerging markets imply a higher risk. Published by Nordea Bank S.A. Luxembourg: Tel: +352 43 88 77 77 [www.nordea.lu](http://www.nordea.lu), Zürich: Tel +41 44 421 42 42 [www.nordea.ch](http://www.nordea.ch).

Il est temps  
de vous reposer  
sur SAS



jumpfrance

## Pour vos affaires, avec SAS voyagez en toute tranquillité

Au départ de Paris, SAS vous propose tous les jours de nombreux vols directs vers Stockholm ainsi qu'à l'intérieur de la Suède. SAS vous ouvre aussi les portes de son réseau scandinave : Copenhague, Oslo, Helsinki et plus de 30 autres destinations. A bord, tout est fait pour votre bien-être. Confortablement installé, vous pouvez préparer vos rendez-vous ou vous détendre à votre guise.

Décidément, avec SAS il n'a jamais été aussi agréable de voyager pour affaires.

[www.flysas.fr](http://www.flysas.fr)



Scandinavian Airlines

A STAR ALLIANCE MEMBER 