

## La cible privilégiée des cybercriminels en 2012

La Suisse remonte du 49<sup>e</sup> au 47<sup>e</sup> rang parmi les pays cibles.

Les attaques de cybercriminels ont une nouvelle fois augmenté l'an passé en Suisse, qui remonte du 49<sup>e</sup> au 47<sup>e</sup> rang parmi les pays cibles, selon Symantec. Le concepteur de logiciels de sécurité estime que la place financière helvétique constitue une cible privilégiée. Les cas d'ordinateurs devenus zombies suite à une infection par un spam se sont fortement accrues en 2012, a indiqué hier Symantec. La Suisse se voit ainsi «reléguée» du 80<sup>e</sup> au 53<sup>e</sup> rang au classement des pays menacés, après une nette amélioration observée en 2011.

La Suisse est visée du fait de l'efficacité de son réseau, qui permet de répandre facilement des spams, explique Candid Wüest, chercheur chez Symantec. Il juge d'ailleurs que la densité des services financiers, et la richesse du pays en général, le place dans la ligne de mire des cybercriminels. Ainsi le taux de «phishing», activité qui consiste à s'emparer des données personnelles des victimes, tels les codes d'accès aux

comptes bancaires en ligne, reste relativement élevé. En comparaison internationale, la Suisse occupe la 31<sup>e</sup> place (30<sup>e</sup> en 2011). En revanche, les infrastructures utilisant les technologies de l'information et de la communication (TIC) classées sensibles se révèlent relativement sûres, à en croire Symantec. Si la Suisse n'est pas à l'abri d'un scénario catastrophe, à ce jour, il n'existe aucun cas de cyberattaque de notoriété publique, soutient Candid Wüest. La Confédération a défini comme très vulnérables à la cybercriminalité les banques, les infrastructures énergétiques, les réseaux de télécommunications, le trafic routier et le rail. Le gouvernement, les hôpitaux et les médias figurent au niveau inférieur, devant l'armée et les biens culturels toutefois. — (ats)

LES INFRASTRUCTURES UTILISANT LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION SE RÉVÈLENT RELATIVEMENT SÛRES.

### FORMATION

#### HES-SO: partenariat avec l'Université de Savoie

Vendredi 5 juillet, Denis Varaschin, président de l'Université de Savoie, et Martin Kasser, président de la HES-SO (Haute école spécialisée de Suisse occidentale) ont signé une convention de partenariat à l'occasion d'une cérémonie organisée à l'école d'ingénieurs universitaire, Polytech Annecy-Chambéry. Les premières collaborations entre les deux établissements datent de 2003 et elles portaient alors sur des formations dans le domaine du tourisme à destination des professionnels de la montagne. Aujourd'hui, les deux établissements souhaitent établir des relations de partenariat autour de plusieurs axes: l'échange d'étudiantes et étudiants, d'enseignants et de chercheurs. De plus, un élargissement partagé des relations avec les entreprises ainsi que des actions communes avec des partenaires tiers sont désormais à l'ordre du jour. La convention vise à faciliter l'accès à l'école doctorale de l'Université de Savoie pour des jeunes chercheurs impliqués dans des projets de la HES-SO.

#### STARRAG GROUP: le CEO nommé professeur honoraire à l'université technique de Chemnitz

Frank Brinken, président exécutif de Starrag, a été nommé professeur honoraire de l'université technique de Chemnitz. C'est en présence du recteur, Arnold van Zyl et du chancelier de l'université, Eberhard Alles, que le diplôme lui a été remis le 28 juin 2013 par le Lothar Kroll, doyen de la faculté de mécanique. Frank Brinken donne depuis 2005 un cours axé sur la pratique de "marketing des biens d'investissements pour les constructeurs de machines. Starrag, dont le siège se trouve à Rorschach/Suisse, a des usines en Suisse, en Allemagne, en France, en Grande-Bretagne et en Inde.

#### LOGEMENTS: pénurie dans le canton de Vaud

Au 1<sup>er</sup> juin 2013, quelque 2280 logements étaient annoncés vacants dans le canton de Vaud, dont 1310 proposés à la location et 970 destinés exclusivement à la vente. L'offre reste très faible mais augmente légèrement par rapport à l'année dernière (+200 logements). Toutefois, le taux de vacance demeure à 0,6%, tant sur l'ensemble du parc de logements que sur le marché locatif. Il est d'usage de considérer le marché comme équilibré lorsqu'il affiche un taux de vacance de 1,5%, ce qui n'est plus le cas depuis 1999. Les résultats provisoires de l'enquête cantonale sur les locaux industriels et commerciaux vacants, effectuée conjointement à celle sur les logements vacants, chiffrent à 127 000 m<sup>2</sup> les surfaces disponibles dans le canton, contre 87.000 m<sup>2</sup> en 2012.

#### GROUPE E: partenaire d'Hôtellerie Romande

52 hôtels des cantons de Vaud, Fribourg, Neuchâtel et Jura se sont réunis sous l'égide de l'Association Romande des Hôtelières (Hôtellerie Romande) pour bénéficier du remboursement de la taxe CO<sub>2</sub> et ont choisi comme partenaire Groupe E et ses EcoSolutions, selon un communiqué publié hier. Les hôtels vont bénéficier d'ici la fin de l'année d'un audit énergétique qui leur permettra d'identifier les principaux potentiels d'économie. Ces audits permettront de fixer l'objectif de réduction d'émissions de CO<sub>2</sub> demandé par l'Office fédéral de l'environnement pour le groupe de 52 hôtels à l'horizon 2020 afin de bénéficier pleinement du remboursement de la taxe CO<sub>2</sub>.

# L'intermédiation premium

SuccessMatch basé à Genève développe des services ultra-personnalisés pour les personnes en quête de rencontres.

#### Comment décriez-vous le développement de SuccessMatch depuis sa création?

SuccessMatch offre des services de rencontre et de mises en relations personnalisés et confidentiels. Cela fut et demeure notre passion et spécialité depuis le lancement en 2005. Au cours des huit dernières années, nous avons observé plusieurs tendances. Tout d'abord, une évolution de la clientèle: plus internationale, mais aussi plus suisse. Au lancement, la majorité de la clientèle était britannique. Nous avons désormais un mélange international et local. Nous avons ensuite constaté une évolution en termes d'âge. Les clients plus jeunes commencent à solliciter nos services. Nos clientes les plus jeunes ont dans les vingt ans. Cela est peut-être une indication qu'après avoir lutté pendant des années pour l'égalité sur le lieu de travail, les femmes réalisent que même si elles veulent une carrière et une bonne éducation, sur le plan personnel la famille est redevenue une priorité.

La crise économique n'a pas affecté SuccessMatch, et j'irai même jusqu'à dire que plus les temps sont instables, plus les événements sont inattendus et incontrôlables, plus les individus réalisent que l'amour est important et qu'avoir le bon partenaire à ses côtés est une des clés de la stabilité.

Les médias sociaux continuent à gagner de l'importance. En tant que service de mise en relations, c'est une dimension importante de développement pour nous. Nous avons déjà constaté une augmentation des contacts et des prospects générés par les médias sociaux. Par exemple, nous venons de lancer une campagne SuccessMatch sur Facebook: «Single of the week».

#### Comment décriez-vous vos clients?

Les clients de SuccessMatch sont des individus avec un bon niveau académique, qui ont des vies professionnelles intéressantes et occupées. Ils ont généralement pris les actions appropriées pour avoir ce qu'ils veulent en termes d'éducation, de développement de carrière, de loisirs et d'intérêt. Ils ont une bonne qualité de vie, et en fait, ils réalisent souvent qu'ils ont tout ce qu'ils espèrent dans la vie, et que le seul élément manquant est d'avoir le bon partenaire pour la partager. Ils sont engagés et souhaitent simplement être mis en relations avec des célibataires compatibles et dans le même état d'esprit. Nos clients les plus jeunes ont dans la vingtaine et les plus seniors dans la soixantaine.

Swiss a amélioré son taux de remplissage lors du premier semestre. Le coefficient d'occupation des sièges de la compagnie aérienne a atteint 82,6%, soit 1,3 point de plus que lors des six premiers mois de 2012. Ses avions ont transporté 7,8 millions de passagers, en hausse de 0,9% sur un an.

Le nombre de mouvements aériens a en revanche baissé de 3,1% à 72.899 vols, a indiqué Swiss hier. Les avions de la filiale du groupe allemand Lufthansa ont effectué 64.315 vols sur le réseau européen (-3,8%) et 8584 vols sur le réseau intercontinental (+1,7%). Le remplissage satisfaisant des



TREA TIJMENS. «Notre service est dédié aux personnes qui préfèrent la qualité à la quantité.»

avons comme clients que les personnes qui sont intéressantes, sympathiques, engagées et prêtes à entreprendre une relation. Nous ne pouvons accepter des clients si nous n'étions pas prêtes à sortir avec eux nous-mêmes. Nous apprécions nos clients et nous en prenons soin. De plus, nous sommes fiers de leur offrir un service personnalisé et amical. D'une manière générale, notre service est pour les personnes qui préfèrent la qualité à la quantité. Nous ne faisons de mise en relation qu'avec les individus que nous pensons être compatibles et nous prenons le temps et les efforts de coordonner complètement leur premier rendez-vous. Nous rassemblons ensuite systématiquement les retours d'expérience et nous avons un taux de satisfaction qui demeure au-dessus de 95% de «satisfaits» ou «extrêmement satisfaits» de la part des clients qui ont rencontré la personne choisie. Plus de 70% de nos clients continue à se rencontrer suite au premier rendez-vous que nous leur avons organisé. Ce ne sont pas les statistiques des sites de rencontres en ligne!

#### Comment expliquez-vous que malgré le développement rapide des rencontres en ligne, il y a toujours besoin d'un service tel que SuccessMatch?

Parmi nos clients, nombreux sont ceux qui n'essaieraient jamais les rencontres en ligne, car ce n'est pas confidentiel, ni personnalisé, ni sûr et il n'y a aucune plus-value offerte. D'autres ont essayé les rencontres en ligne et n'ont pas été satisfaits de la qualité des personnes qu'ils ont ainsi trouvées. Un service très personnalisé offline tel que SuccessMatch est très différent des rencontres en ligne. Nous prenons le temps de rencontrer et de connaître tous nos clients personnellement. Nous n'accep-

tons comme clients que les personnes qui sont intéressantes, sympathiques, engagées et prêtes à entreprendre une relation. Nous ne pouvons accepter des clients si nous n'étions pas prêtes à sortir avec eux nous-mêmes. Nous apprécions nos clients et nous en prenons soin. De plus, nous sommes fiers de leur offrir un service personnalisé et amical.

D'une manière générale, notre service est pour les personnes qui préfèrent la qualité à la quantité. Nous ne faisons de mise en relation qu'avec les individus que nous pensons être compatibles et nous prenons le temps et les efforts de coordonner complètement leur premier rendez-vous. Nous rassemblons ensuite systématiquement les retours d'expérience et nous avons un taux de satisfaction qui demeure au-dessus de 95% de «satisfaits» ou «extrêmement satisfaits» de la part des clients qui ont rencontré la personne choisie. Plus de 70% de nos clients continue à se rencontrer suite au premier rendez-vous que nous leur avons organisé. Ce ne sont pas les statistiques des sites de rencontres en ligne!

#### Vous avez récemment lancé une offre complémentaire. Pourriez-vous expliquer ce dont il s'agit et quel besoin cela remplit?

Au cours des années, j'ai rencontré et parlé avec des milliers de célibataires. Parfois, les individus indiquaient qu'ils n'avaient pas besoin d'introductions et qu'ils n'avaient pas de difficultés à rencontrer de nouvelles personnes. Simplement, cela n'allait pas au-delà du premier rendez-vous. Ou bien les divorcés ou veufs qui n'avaient pas eu de rendez-vous depuis leurs vingt ans avaient besoin d'aide et de pratique. Certains se plaignaient de ne pas savoir où rencontrer ou bien comment rencontrer des partenaires potentiels.

C'est pourquoi l'année dernière nous avons lancé Dating Success, qui est un service de coaching, de mise en pratique et de séminaires sur les rencontres pour faire face à ces types de questions et ces défis.

Dating Success est dédié également à des séminaires pour des femmes fortes, intelligentes et ayant du succès, pour leur montrer ce qu'elles peuvent faire pour augmenter les chances de trouver un partenaire. C'est à la fois interactif, amusant et énergisant pour l'ensemble des participants – et pour moi.

En parlant à des milliers de femmes célibataires en Suisse, j'ai réalisé qu'il y avait en fait beaucoup de mythes à propos des hommes et des rencontres, tels que «les hommes sont des chasseurs», «les hommes sont intimidés par les femmes ayant du succès», «les hommes ne sont qu'intéressés par...», etc. Dating Success a lancé un sondage pan-helvétique pour collecter des données sur les hommes et leurs attitudes et perceptions des rencontres. Ils auront l'opportunité de nous dire ce qui est réellement important pour eux quand il est question de rencontres.

#### Pensez-vous que l'offre de SuccessMatch est spécifique à la Suisse ou bien que cela est reproductible en Europe?

Le besoin d'amour est universel. Les services de rencontres et de mises en relations personnalisés et confidentiels proches de ceux offerts par SuccessMatch sont également disponibles dans d'autres pays. En fait, j'ai participé à une conférence à New York en avril (International Matchmaker) et nous étions des participants du monde entier. Il est vrai que c'est magnifique de pouvoir aider les gens à trouver l'amour.

INTERVIEW: CYRIL DEMARIA

## Swiss améliore son taux de remplissage

Le coefficient d'occupation des sièges de la compagnie aérienne a atteint 82,6%.

Swiss a amélioré son taux de remplissage lors du premier semestre. Le coefficient d'occupation des sièges de la compagnie aérienne a atteint 82,6%, soit 1,3 point de plus que lors des six premiers mois de 2012. Ses avions ont transporté 7,8 millions de passagers, en hausse de 0,9% sur un an.

avons ne permet pas de conclure à une évolution positive des recettes, les revenus moyens étant toujours sous pression, rappelle la compagnie dans son communiqué.

De son côté, le fret, géré par Swiss WorldCargo, a vu son coefficient de remplissage exprimé en volume diminuer de 0,7 point à 78,6%. Swiss a également amélioré ses statistiques de trafic durant le seul mois de juin. La compagnie a transporté 1,4 million de passagers, soit une progression de 2,8%. Le coefficient d'occupation des sièges a augmenté de 0,8 point à 87,7%.

La compagnie Lufthansa a pour sa part accueilli près de 36 millions de passagers au premier semestre, soit un recul de 0,2% par rapport à la période janvier-juin 2012. Le taux de remplissage des

appareils a lui progressé de 0,9 point à 77,4%.

L'ensemble du groupe Lufthansa, qui outre la compagnie éponyme comprend Swiss et Austrian Airlines, a vu son nombre de passagers fléchir de 0,4% à 49,5 millions. Cherchant à resserrer son offre pour améliorer sa rentabilité, Lufthansa a réduit le nombre de vols de 5,1% à 502.207 mouvements.

Pour le seul mois de juin, le trafic passager a augmenté de 2% à près de 9,8 millions. Le taux de remplissage des appareils s'est établi à 82,6%, en hausse de 0,8 point. Le premier groupe aérien européen mène actuellement une cure d'austérité, à la fois pour redresser sa rentabilité et pour financer de gros investissements dans le renouvellement de sa flotte sans gonfler démesurément son endettement. — (ats)

#### ASCOM: commandes pour 10 millions d'euros

La division Network Testing du groupe bernois de télécommunications Ascom a décroché deux commandes d'un exploitant européen de téléphonie mobile et fixe. Les deux commandes représentent un volume de 10 millions d'euros et seront exécutées dans un espace de 36 mois, a précisé Ascom hier. Les commandes portent sur l'entretien, l'exploitation et le renouvellement de la plateforme Wholesale Management de l'exploitant.

#### SES HOLDING: achat d'actions SES finalisé

SES Holding a finalisé le rachat d'un paquet d'actions de 60,89% de la société d'électricité tessinoise SES. Dans les deux mois, SES Holding fera une offre publique obligatoire de rachat aux actionnaires minoritaires. SES Holding a été fondé par la société Azienda Elettrica Ticinese (AET) ainsi que les communes tessinoises de Biasca, Gambarogno, Locarno, Losone, Minusio et Muralto, avec pour objectif d'acheter la participation qu'Alpiq détenait dans SES.