

# La concurrence débarque dans l'affichage suisse

**PAR JEAN-PHILIPPE BUCHS** Avec l'arrivée d'un ancien patron de la SGA, l'entreprise genevoise Neo Advertising compte remporter de nouvelles concessions publiques. La concurrence devrait s'intensifier dans le secteur de la publicité et de l'affichage.



Un recrutement de choix pour **Neo Advertising**! L'entreprise genevoise active dans la publicité extérieure (out-of-home dans le jargon) a réussi à convaincre Christian Kauter de rejoindre son conseil d'administration. Agé de 70 ans, ce Bernois a dirigé la **Société générale d'affichage (SGA)** pendant dix ans, soit entre 2000 et 2010. «Si j'ai accepté ce mandat, c'est dans le but de soutenir de jeunes dirigeants dynamiques et prêts à se battre dans un marché qui n'a jamais été aussi ouvert qu'aujourd'hui», affirme Christian Kauter.

Cette nomination intervient dans un contexte de concurrence accrue. Fondé en 2003, Neo Advertising grignote progressivement des parts de marché dans une branche dominée par la Société générale d’affichage (SGA) qui contrôle environ 70% de l’activité et par **Clear Channel Suisse** (25%). La société genevoise a fait un bond en avant en remportant à la fin de l’an dernier la concession de la ville de Genève. Un contrat d’environ 10 millions de francs qui fait cependant l’objet d’un recours de la SGA devant la Chambre administrative de la Cour de justice.

## LA SGA DOMINE LE MARCHÉ

Entreprise	Part de marché	Actionnaires
SGA	70%	JC Decaux 30% Albert Frère 25,3%
Clear Channel Suisse	25%	Filiale de Clear Channel Outdoor
Neo Advertising	5%	Investisseurs privés et Fondation Renaissance PME

Sources: SGA, Clear Channel Suisse, Neo Advertising

## Neo Advertising a déjà l’aéroport de Genève

Pour les deux parties, l’enjeu est important. La SGA n’a encore jamais perdu le marché de l’une des cinq plus grandes villes helvétiques. Pour Neo Advertising, une victoire définitive lui permettrait de mettre la pression sur ces deux rivaux. «Nous deviendrons alors une alternative encore plus crédible pour obtenir de nouvelles concessions», souligne son co-fondateur et directeur Christian Vaglio-Giors. Son entreprise compte bousculer le marché. Elle envisage de répondre aux appels d’offres des CFF, des transports publics de l’agglomération bernoise et des villes de Berne de Zurich dont les contrats d’affichage échoiront en 2018.

## DE GROS CONTRATS À RENOUVELER

Entreprise	Terme du contrat	Concession actuelle
Ville de Zurich	<b>30.06.2018</b>	APG/SGA, CCO, Publigroup
CFF	<b>31.12.2018</b>	APG/SGA
BERNMOBIL	<b>31.12.2018</b>	APG/SGA
Ville de Berne	<b>31.12.2018</b>	APG/SGA
Aéroport de Zurich	<b>31.12.2019</b>	Clear Channel Suisse

Et, après avoir obtenu la commercialisation des surfaces publicitaires de l'Aéroport de Genève, Neo Advertising compte aussi offrir ses services à la société Flughafen Zürich qui pourrait mettre au concours l'exploitation de ses surfaces publicitaires dans le courant de l'an prochain. C'est dans cet environnement que le recrutement de Christian Kauter prend tout son sens. «Son expertise et sa connaissance de la branche nous permettront d'aborder le marché alémanique avec confiance», indique Christian Vaglio-Giors.

---

## **Les autorités publiques peuvent faire jouer la concurrence**

Pour la SGA qui a encaissé des revenus de 315 millions de francs et réalisé un bénéfice de 53 millions de francs en 2016, la concurrence devient plus rude. Pour preuve, la perte de plusieurs gros contrats: l'aéroport de Genève, la ville de Lucerne et les transports publics de la ville de Zurich (VBZ) qui ne lui ont attribué qu'une petite partie des lots mis au concours. Mais tout n'est pas noir pour le leader du marché: il a notamment remporté des concessions auprès de la ville de Bienne, des transports publics lausannois (deux lots sur trois), de l'Union des transports publics zurichois et de la ville de Zurich pour l'affichage sur ses immeubles.

Avec l'arrivée de Neo Advertising, les collectivités publiques peuvent faire jouer la concurrence, diviser les concessions en lots et les attribuer à des conditions plus favorables. Ce que confirme la SGA dans un communiqué publié lors de la perte du contrat avec VBZ: de manière «totalement incompréhensible, notre concurrent a soumis une offre supérieure à notre actuel chiffre d'affaires réel.» Dans une brève étude de janvier 2012, la Surveillance des prix en appelait à un changement de paradigme dans cette branche: «Que plusieurs entreprises soient actives est dans l'intérêt d'une concurrence efficace et constitue une condition nécessaire à un appel d'offres qui fonctionne.»