

Le marché des masques attire les privés

ÉPIDÉMIE Entrepreneurs ou philanthropes, ils se lancent dans la filière des masques qui font cruellement défaut. Autant d'initiatives privées, sérieuses ou improvisées, qui donnent dans la cacophonie mais pallient les lenteurs du secteur public

LAURE LUGON ZUGRAVU

@laurelugon

Le masque, accessoire du printemps 2020 en rupture de stock, affole les nations. Malgré la confusion sur son utilisation, la Suisse n'y fait pas exception. Devant la difficulté des pouvoirs publics à s'approvisionner, les privés s'engouffrent dans la brèche: entrepreneurs, hommes d'affaires, philanthropes, aventuriers, flibustiers aussi, sans doute. Une agitation brouillonne, certes, mais qui amène cette question: comment se fait-il que les privés parviennent, avec plus ou moins de succès, à réaliser ce que l'Etat peine à faire?

«Il manque une ligne de conduite des opérations qui soit claire, répond Vincent Subilia, directeur général de la Chambre de commerce, d'industrie et des services de Genève (CCIG). Si la Confédération fait tout son possible, on n'a pas encore vu se poser un avion rempli de matériel médical avec le stämpel fédéral. On atteint peut-être une des limites du fédéralisme. L'esprit entrepreneurial suisse s'est donc manifesté, avec agilité, pour répondre aux besoins. Avec le risque que tout le monde s'improvise vendeur de masques, alors que la prudence s'impose, car ce ne sont pas des Carambar.»

Matériel à prix d'usine

Des propos que Vincent Subilia exprime en attendant un Boeing 747 rempli de 100 tonnes de matériel à destination de 13 structures hospitalières publiques et faitières de pharmacies des cantons latins. Une opération citoyenne lancée et coordonnée par la CCIG et la Chambre Suisse-Chine, véritable performance, dans un contexte tendu où les douanes ne parviennent plus à absorber le trafic mondial: «Nous sommes dans une guerre économique pour cet or bleu, les USA captant une grande part des stocks», poursuit-il. Ce deuxième vol cargo



Les initiatives citoyennes ou commerciales ont fleuri en ordre dispersé pour faire venir du bout du monde le matériel médical dont les soignants, en priorité, ont besoin. (SALVATORE DI NOLFI/KEYSTONE)

a d'ailleurs coûté plusieurs centaines de milliers de francs de plus que le premier, la moitié des frais afférents au transport ayant été pris en charge par un donateur. L'opération n'est pas commerciale, puisqu'elle propose aux structures de soins du matériel à prix d'usine, ce qui ne rapporte pas un franc de bénéfice.

Difficile de comprendre la stratégie des pouvoirs publics pour pourvoir aux besoins. A l'Office fédéral de la santé publique (OFSP), on répond «qu'aujourd'hui, comme lors des semaines précédentes, la Confédération intervient de manière subsidiaire dans l'achat de masques». Or, l'urgence ne date pas d'aujourd'hui. La Confédération vient d'ailleurs d'annoncer un achat de 500 millions de masques

et beaucoup d'autres équipements sanitaires pour 2,1 milliards de francs. Ce supplément au budget 2020 sera examiné par la Commission des finances du National et par celle des Etats. Mais déjà, des élus craignent que la Suisse ne paie ce matériel trop cher.

Cela ne risque pas d'arriver aux hommes d'affaires qui se sentent appelés. Comme l'investisseur genevois Abdallah Chatila, président du groupe M3 (actif notam-

ment dans l'immobilier) qui a mis en place un pont aérien quotidien entre Genève et Shanghai, pendant cinq semaines – exception faite de trois jours cette semaine pour cause d'avarie de l'avion. Chaque jour, ce sont 300 millions de masques et de matériel de protection qui sont acheminés par sa nouvelle société M3 Sanitrade. «Le secteur privé peut se permettre de prendre de gros risques, explique Abdallah Chatila. Nous les avons assumés et

«On n'a pas encore vu se poser un avion rempli de matériel médical avec le stämpel fédéral»

VINCENT SUBILIA, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LA CHAMBRE DE COMMERCE, D'INDUSTRIE ET DES SERVICES DE GENÈVE

avons tenté d'ajouter une nouvelle corde à notre arc, en faisant preuve d'agilité. Il est évidemment plus difficile de prendre de tels risques financiers avec l'argent du contribuable. Mais l'Etat fait un travail exceptionnel. Ce qui est important, c'est de fédérer toutes les bonnes volontés.»

Son investissement n'a rien d'une bagatelle: 200 millions de francs au total. Le Genevois vend ses masques à prix coûtant pour les autorités et le monde médical, à 65 centimes pour les entreprises et à 80 centimes pour les privés, via le site de vente en ligne Mystore.ch. Il assure que ses marges sont «minimes, entre 5 et 25% brut». Mais pour l'heure, ce sont essentiellement les entreprises et les privés qui répondent présent. Quant aux Hôpitaux universitaires de Genève (HUG), «ils se font livrer leurs masques en direct, dit-il. Mais certaines cliniques ont déjà passé commande.» Les HUG auraient-ils snobé cette initiative privée? Selon nos informations, ils sont en train de faire vérifier la certification de ces masques dans un laboratoire de la division de l'Office fédéral de la protection de la population. Car qui dit masques, dit multitude de modèles et d'usages différents.

Pourtant, les HUG ne font pas la fine bouche: ils travaillent avec la Confédération, avec les réseaux propres aux hôpitaux, avec les hommes d'affaires. Ils ont aussi accepté des dons, comme ceux d'une multinationale, ou plus modestement d'entrepreneurs que l'occasion a mués en philanthropes. Ainsi l'entreprise de composants horlogers Salanitro, à laquelle s'est associée la régie genevoise Pilet & Renaud. «Je voulais approvisionner mon personnel en masques, explique Pierre Salanitro. Notre bureau à Bangkok nous donnait un accès privilégié au marché. Voyant que les HUG en manquaient, nous en avons acheté davantage pour leur en donner.»

Fin mars, une task force bénévole présidée par le banquier privé Patrick Odier a été créée, commandant et assurant le transport de dizaines de tonnes de matériel médical. Mardi, des millions de masques sont arrivés grâce à celle-ci par un vol spécial.

«Je veux être entrepreneur depuis l'âge de 14 ans»

Autant d'initiatives citoyennes ou commerciales bienvenues, mais qui donnent l'impression d'un grand bazar peu habituel en Suisse. Sans compter le génie créatif parfois un peu délirant de jeunes se rêvant conquistadors de l'e-commerce et ajoutant au tableau déjà confus. A 19 ans, Joaquim Graber, étudiant fribourgeois, s'est déjà fait les dents dans le «dropshipping». Débrouillard mais sans le sou, il a réussi à trouver un fournisseur chinois et à se faire livrer 5000 masques, pour une mise de 2300 dollars, qu'il a revendus à un EMS. Après ce galop d'essai, il se déclare en mesure de réunir auprès de ses réseaux entre 500 000 francs et 1 million pour une grosse commande. Le doute ne gouverne pas la jeunesse: «Je veux être entrepreneur depuis l'âge de 14 ans, explique-t-il. Je connais les méthodes sans risques et je l'ai prouvé. Mais j'ai l'impression que l'Etat est un peu nonchalant, il tarde à accepter les offres.»

Alain Borle, patron de Pac Team Group dans le canton de Vaud, en sait quelque chose. Voilà plusieurs semaines qu'il vend ses masques – un palliatif à son business à l'arrêt – à la France. Depuis peu, il enregistre enfin des commandes suisses: «Je pense qu'il y a eu beaucoup d'opportunistes qui ont créé la méfiance, estime-t-il. Et puis l'Etat est une grosse machine.» Avec 10 millions de masques vendus à ce jour et des commandes jusqu'à la fin de l'année, il ne doute pas de pouvoir les écouler. Le masque pourrait rester tendance, en tout cas jusqu'à la découverte d'un vaccin. ■