

SMI 9080.14	DOW JONES 26385.28
9085	26580
9055	26530
9025	26480
8995	26430
+0.65%	-0.40%

RUMEURS AUTOUR D'UN SCÉNARIO DE FUSION

## UBS intéresse Deutsche Bank

PAGE 4

AFIN D'ÉVITER LA SURCHAUFFE  
La Fed relève ses taux

PAGE 15

L'INDIEN INVESTIT LE HUB D'ÉPALINGES  
Glenmark mise sur le Biopôle

PAGE 5

L'ANALYSE DE GOLDMAN SACHS AM  
L'attrait des small caps US

PAGE 14

EXPORTATIONS D'ARMES  
Vers davantage de démocratie

PAGE 8

TROISIÈME ÉDITION DE BEST FOR GENEVA  
Entre finance et durabilité

PAGE 10

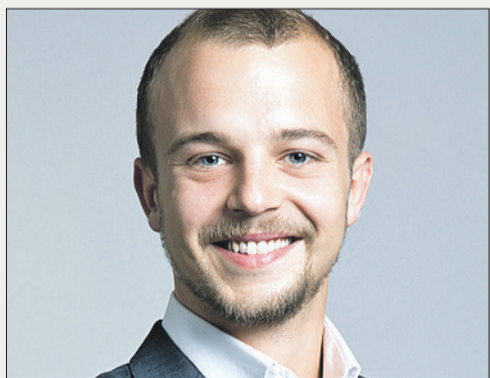
RÉGULATION DE LA CYBERSÉCURITÉ  
Genève, capitale du numérique

PAGE 10

LA CHRONIQUE DE LÉON CORNELISSEN  
La patience est le meilleur atout

PAGE 14

## La restauration d'entreprise revisitée



VINCENT DE BOCCARD. Mélanger l'esprit bistro et la qualité de la belle gastronomie. C'est avec ce concept que le fondateur d'Home Group veut réinventer la restauration collective. Lancée il y a à peine quatre ans, l'entreprise est devenue une véritable PME. PAGE 6

# Les IPO se consolident à un niveau élevé

SPI. L'indice des introductions en Bourse suisse a fortement grimpé ces dernières années dans un cadre propice.



INVESTORA. Un rendez-vous annuel au sujet des petites et moyennes capitalisations du marché suisse des actions.

PHILIPPE REY

L'indice des introductions d'entreprises sur le marché suisse des actions (Swiss Exchange) a suivi une tendance haussière ces dernières années. Il consolide à un haut niveau en 2018, reflétant en somme la consolidation actuelle du marché. Néanmoins, le pipeline des IPO n'est pas épuisé avec différentes sociétés qui sont candidates à une ouverture au public. En revanche, le nombre de cotations sur le marché tend à diminuer. Pour plusieurs motifs dont des rachats d'entreprises et retraits de la bourse concomitants (par exemple Syngenta, Actelion et Goldbach Group) ainsi

que la diminution des sociétés de participations qui ne constituent plus des investissements prisés aujourd'hui. Ces tendances ont été mises en évidence hier dans le cadre d'investora Zurich 2018, le symposium annuel consacré aux entreprises cotées de taille moyenne principalement. Investora met aussi en relief les avantages d'une gestion active, qui, bien menée, permet de battre le marché sur la durée, et donc de faire mieux qu'une gestion passive. Celle-ci a sans doute pris une dimension trop grande ces dernières années, parfois au détriment des entreprises qui n'ont pas d'actionnaires de référence ou de contrôle de qualité. PAGE 3

## Un premier fonds tech chez Waypoint Capital

ELSA FLORET

Lancé en mars 2018, Forestay Capital Ltd est le fonds fermé technologique de la société d'investissement d'Ernesto Bertarelli, Waypoint Capital. Il se concentre sur les entreprises innovantes au

stade de développement précoce, mais génératrices de revenus, en Suisse, Europe, Israël et aux Etats-Unis. Après l'annonce de sa participation au tour de financement de 68 millions de dollars pour la société américaine Wasabi; Forestay Capital a dévoilé hier son in-

vestissement dans la société suisse BlueBotics, spécialiste en technologies de navigation. C'est en lisant l'Agefi que Frédéric Wohlwend, administrateur-président de Forestay Capital a découvert cette «truffe» issue de l'EPFL. PAGE 4



FRÉDÉRIC WOHLWEND. «Notre philosophie est à plus long terme qu'un VC classique.»

## L'oncologie est en plein bouleversement

BIOPÔLE. Les données ont un fort impact sur les options de traitement et sur les outils de diagnostic de cancers.

CHRISTIAN AFFOLTER

Le sommet Convergence in Oncology a permis de constater à quel point Lausanne et le Biopôle s'inscrivent dans les efforts mondiaux pour combattre le cancer. Les volumes de données disponibles, ainsi que les nouvelles possibilités de suivi des patients sont en train de changer profondément les méthodes de traitement, ainsi que la manière dont les études cliniques peuvent être organisées et conduites. Les conférences données ont mis en évidence que cela n'offre non seulement de nouvelles possibilités, mais que cela permet aussi d'éviter des traitements inutiles. Car jusqu'à présent, les médecins ont souvent dû faire face à un manque total d'indications sur la

période entre deux consultations. Les efforts pour améliorer la précision d'un traitement ne se concentrent donc pas uniquement sur un diagnostic initial plus précis, mais aussi sur un suivi plus rapproché, le cas échéant à distance. Les outils d'analyse de données, qui ont recours à des concepts si souvent évoqués comme l'intelligence artificielle, le machine learning ou le big data, visent d'autre part à maîtriser les volumes générés en particulier par un séquençage du génome qui devient toujours plus accessible. Malgré toute cette complexité, l'innovation comprend parfois aussi des moyens plutôt simples en apparence, comme par exemple la détection du cancer de la peau par une app pour smartphone. PAGE 5

## La nette reprise de l'accès à la propriété

IMMOBILIER. Après deux ans de recul, la demande de logements s'est relevée selon une enquête de Homegate.

PIOTR KACZOR

Après deux ans de recul, la demande pour les logements en propriété s'est reprise cette année au plan national. En un an, la durée de parution d'une annonce immobilière en ligne, pour la vente d'un appartement, s'est même réduite d'un tiers en moyenne, soit de 103 à 70 jours, selon une étude présentée hier par Homegate.

La reprise est attribuée au mécanisme de sécurité largement appliqué dans ce segment du marché: la construction des immeubles ne commence que lorsque la moitié des appartements sont vendus. Ce qui a sans doute permis d'éviter la formation d'une bulle. A la différence du marché des logements mis en location où le taux de vacances s'élève à 2,51%. PAGE 9

# ROBO-SMART ASS ET MANAGER.

Gestion automatisée de vos finances.

swissquote.com/robo-advisor

Swissquote

Vous pensez sérieusement qu'il est meilleur parce qu'il a coûté cher ?



GESTOCIGARS Rue Robert-Céard n° 8 · 1204 Genève

Tél. 022/312 10 80 · www.gestocigars.ch · sales@gestocigars.ch  
Lundi à vendredi 9h à 19h · Samedi 10h à 14h



9 771421 948004 4 0 0 3 9

## Media Markt Suisse veut se démarquer

**VENTE DE DÉTAIL.** Le groupe a pour ce faire établi des îlots de formation ou encore des guichets, où les clients peuvent faire configurer ou réparer leurs appareils.

Implanté en Suisse depuis plus de vingt ans, le détaillant en matériel électronique tente de s'y démarquer d'une concurrence jugée féroce. Sur le marché de l'électronique règne en Suisse une pression tarifaire inégalée en Europe, a assuré le patron de Media Markt Suisse, Martin Rusterholz, à l'occasion d'une visite guidée de la filiale de Dietlikon, en banlieue zurichoise. Les appareils y sont par ailleurs moins onéreux qu'en Allemagne par exemple.

### Point faible, le commerce en ligne

Evoquant à ce titre la concurrence des deux «géants oranges» que représentent Migros et Coop, le responsable a également mis en exergue le phénomène des ventes en ligne. Près d'un tiers des équipements électroniques trouvent acquéreurs par le biais de ce canal, un taux inédit sur le Vieux continent, à l'exception des Pays-Bas. «Si on ne vend pas par internet, on disparaît», a résumé le responsable.

M. Rusterholz a par ailleurs reconnu la «faiblesse» de Media Markt dans ce domaine, avec à peine 10 à 15% des revenus réalisés via internet. Pour renverser la vapeur, l'échoppe en ligne a été entièrement repensée. Le groupe n'entend pas délaissier les canaux traditionnels de distribution. «Je

ne crois pas que les magasins vont disparaître», a ainsi assuré le responsable, évoquant certaines choses que les clients ne peuvent pas réaliser à distance, à commencer par craquer pour un appareil et repartir avec immédiatement. Mais les enseignes physiques permettent également de procéder à des essais plus originaux, comme l'établissement de stands de coiffure ou de cuisine sur les-

DANS L'ÉLECTRONIQUE  
RÈGNE EN SUISSE  
UNE PRESSION TARIFAIRE  
INÉGALÉE EN EUROPE

quels les clients peuvent tester des produits qu'ils songent à acheter, ou encore des espaces didactiques dédiés à la photographie ou à la manipulation de tablettes. Les cours d'introduction demeurent gratuits, mais si le client désire poursuivre, il devra passer à la caisse, nuance M. Rusterholz.

### Les difficultés de la maison-mère

Reste qu'en dépit de ces initiatives, la maison-mère allemande peine à cacher ses difficultés. Ceconomy a ainsi raboté le mois dernier ses objectifs à court terme, plongeant le cours du titre à la Bourse de Francfort dans une spirale négative. — (awp)

## Globus anticipe un repli de ses recettes

**VENTE DE DÉTAIL.** Le groupe, propriété de Migros, table cette année sur un repli d'environ 3% du chiffre d'affaires total malgré un léger mieux pour ses magasins physiques.

Globus table cette année sur un repli d'environ 3% du chiffre d'affaires total, même si les grands magasins ont affiché sur les huit premiers mois de l'année une légère hausse de 1% des ventes. Une comparaison de l'activité dans les autres unités est délicate, en raison des restructurations notamment chez Schild et Globus Hommes, a indiqué le directeur Thomas Herbert dans un entretien à paraître jeudi dans le journal *Handelszeitung*.

### Boutique en ligne rentable en 2019

La hausse du chiffre d'affaires dans les grands magasins est uniquement le fruit du commerce en ligne. «Concrètement, notre boutique en ligne va générer cette année des ventes de 30 à 40 millions de francs», après quelque 35 millions en 2017, a détaillé M. Herbert. Pour 2019, le patron de Globus a confirmé tabler sur des recettes de 100 millions de francs générées par le commerce sur internet, permettant à la boutique en ligne d'atteindre le seuil de rentabilité. D'ici 2024 à 2025, les ventes en ligne devraient monter à 200 millions.

En juin, le directeur général avait indiqué à AWP encore tabler sur des recettes stables en 2018, après plusieurs années de repli et une restructuration quasi achevée. En 2017, le groupe Globus avait dégagé des ventes de 857 millions de francs, en baisse de 2,5% sur un an.

### Restructuration du réseau de boutiques

Afin de mettre un terme à l'érosion du chiffre d'affaires, Globus a notamment lancé une restructuration de son réseau de boutiques via une stratégie appelée «one brand» consistant à fusionner ses anciens magasins des marques de mode Schild et Globus Hommes et à ouvrir des points de ventes Globus disposant aussi bien d'articles pour hommes et femmes.

### Réduction des effectifs jusqu'à 10%

Cette réorganisation a entraîné une quinzaine de licenciements. D'ici 2022, le groupe compte réduire ses effectifs jusqu'à 10% au maximum, ces derniers tournant autour de 3600 personnes. — (awp)

# Home Group réinvente la restauration d'entreprise

Lancée il y a à peine quatre ans, l'entreprise est devenue une véritable PME. Elle vise un fort développement en 2019.

MATTEO IANNI

La bistronomie est tendance, ou plutôt d'actualité. Pas une ville n'y échappe. Contraction des mots «bistro» et «gastronomie», ce nouveau concept culinaire, mélangeant l'esprit bistro et la qualité de la belle gastronomie. C'est un positionnement clair entre le restaurant de quartier et la gastronomie tant au niveau des prix que de la qualité des mets, mais avec une valorisation de la cuisine évidente.

C'est avec ce concept culinaire que Vincent de Boccard, entrepreneur fribourgeois, tente d'innover dans la restauration collective, avec son entreprise Home Group. Fondée en 2018, cette société mère regroupe en fait toutes ses précédentes activités. À savoir HomeGourmet, société active dans la restauration traiteur; HomeBistrot, entreprise active dans la restauration collective, ainsi que le restaurant La Tribeca, à Lausanne, et Le Rhino Féroce, salle d'événementiel et bar à cocktails à Lausanne.

### Déjà quatre restaurants collectifs

L'histoire d'Home Group est une véritable success-story. Tout commence en 2014, lorsque Vincent de Boccard, à l'époque étudiant à l'École hôtelière de Lausanne (EHL), fonde HomeGourmet. Initialement basée sur un modèle d'affaire de livraison de repas en entreprise, la société évolue rapidement suite aux demandes de ses clients. HomeGourmet lance alors un service traiteur complet et rencontre rapidement le succès, aussi bien auprès des entreprises que des privés.

L'année suivante, Vincent de Boccard lance HomeBistrot. Actif dans la restauration collective, l'entreprise obtient son premier



VINCENT DE BOCCARD. Fondateur et CEO d'Home Group, qui compte 45 collaborateurs aujourd'hui.

client avec l'horloger Hublot qui lui confie la gestion du restaurant d'entreprise de ses 300 collaborateurs, à Nyon. Depuis, la filiale a ouvert trois nouveaux restaurants de collectivités, dont un pour une grande marque horlogère dans la Vallée de Joux.

Preuve de son succès, HomeBistrot est l'unique restaurant collectif qui peut se targuer d'avoir reçu le label «Fait maison» par GastroSuisse et la Fédération Romande des Consommateurs - FRC.

### Des cellules à choc thermique à -42 degrés

Comment réussir à servir des plats bistro à ces centaines de collaborateurs en même temps? Si, au premier abord, le challenge s'annonce colossal, il se révèle finalement un jeu d'enfant pour Vincent de Boccard. Son entreprise produit en effet ses repas dans son laboratoire culinaire, à Rolle (VD). «Nous utilisons des cellules à choc thermique, qui propulsent de l'air à -42 degrés afin de stopper rapidement la cuisson du produit, explique le fondateur

et CEO d'Home Group. Une fois livré, il est lentement ramené à sa température de service, sans qu'il reparte en cuisson ni ne se dessèche.»

HOME GROUP TABLE SUR UN CHIFFRE D'AFFAIRES DE 6 MILLIONS DE FRANCS EN 2018. ET POUR L'ANNÉE PROCHAINE, LA CROISSANCE S'ANNONCE À DEUX CHIFFRES.

Sitôt cuisinés, les repas sont acheminés par camions frigorifiques vers les différents restaurants d'entreprise. Ce qui est au centre de sa démarche, c'est l'économie d'échelle pour le client en termes d'infrastructures et de personnel en cuisine: «Livrer dans trois restaurants de la région et produire sur un seul site nous permet de réduire considérablement les coûts et de réinvestir dans des produits frais et locaux.

### Développement en Suisse romande

Ce faire un nom dans la restauration de collectivités. Voilà l'ambition de la jeune entreprise vau-

doise. Aujourd'hui dominé par le géant Eldora, ce secteur réserve néanmoins d'importantes opportunités pour Home Group. «Il est vrai que la concurrence est rude dans la région mais nous essayons de nous différencier en étant transparents sur la provenance du produit.» souligne le CEO de la jeune PME.

L'entreprise compte ainsi 45 collaborateurs, un chiffre qui a doublé en un an. L'équipe peut compter sur des chefs cuisiniers qui bénéficient tous au minimum d'une expérience réussie dans un restaurant étoilé. Pour ce qui est des finances, Home Group table sur un chiffre d'affaires de 6 millions de francs en 2018. Et pour l'année prochaine, la croissance s'annonce à deux chiffres.

Malgré tous ces voyants en vert, Vincent de Boccard préfère calmer le jeu. «La restauration de cantine n'a pas très bonne presse aux yeux du public. Paradoxalement,

c'est un challenge intéressant. Pour cela, il faut faire un maximum de choses soi-même et comprendre sa structure de dépenses sur le bout des doigts. Une croissance, ça nécessite des coûts. C'est pourquoi, nous ne visons pas de croissance galopante, mais plutôt une croissance organique et maîtrisée.»

Si aujourd'hui Home Group cuisine pour des entreprises situées sur l'Arc Lémanique, elle se prépare à répondre à dix appels d'offres pour 2019, dont pour des sociétés basées dans les cantons de Fribourg et du Valais. A terme, l'objectif est d'être présent dans toute la Suisse romande. ■

## Raymond Weil quitte à son tour Baselworld

**HORLOGERIE.** L'entreprise familiale, qui a participé 40 ans à la foire bâloise, réfléchit à d'autres moyens d'entrer en contact direct avec les clients finaux.

La marque horlogère ne sera pas présente lors de l'édition 2019 de la foire Baselworld. L'annonce de Swatch cet été de ne plus prendre part à cette manifestation a «renforcé» la volonté de l'entreprise, a indiqué au *Temps* le patron Elie Bernheim, dans un entretien publié hier.

«Cela faisait un moment que j'y pensais, mais cette fois, la décision est prise», a déclaré le directeur général entré en fonction en 2014, alors qu'il venait de passer le cap de la trentaine. L'entreprise familiale, qui a participé 40 ans à la foire bâloise, réfléchit désormais à d'autres moyens d'entrer en contact direct avec les clients finaux.

La marque genevoise bénéficiait

de la présence des marques du groupe Swatch du fait que les distributeurs qui venaient voir ces dernières s'arrêtaient aussi au stand de Raymond Weil. «Je ne suis pas sûr que les distributeurs continueront de venir à Bâle si ces marques n'y sont plus.»

«Entre le moment où Swatch Group a annoncé son départ et fin août, nous n'avons pas eu de contact avec les organisateurs», a aussi relevé M. Bernheim, laissant l'entreprise avec de nombreuses questions sans réponses, selon *Le Temps*.

Le groupe Swatch était le principal exposant de Baselworld. La foire organisée par le groupe bâlois MCH, coté à la Bourse suisse. — (awp)

## Investis veut encore étoffer son portefeuille

**IMMOBILIER.** La société veut continuer d'acquérir des biens dans sa zone d'influence, c'est-à-dire Genève et Lausanne.

Le groupe profitera de la forte croissance démographique dans l'Arc lémanique à condition d'élargir son portefeuille, a indiqué le fondateur et directeur général Stéphane Bonvin.

### Miser sur les rénovations et transformations

La demande est très forte dans cette partie de la Suisse romande, mais la rareté des terrains rend les nouvelles constructions plus compliquées. Dans ce contexte, l'augmentation du rendement doit passer par des rénovations ou des transformations, selon M. Bonvin. Investis a gonflé ses revenus locatifs de 4% à Genève depuis 2015.

La valeur des immeubles a

grimpé de manière encore plus significative. Le portefeuille de la société basée à Crans est composée aux deux tiers d'immeubles genevois. A fin juin, le portefeuille comprenait 159 biens immobiliers pour 2911 unités résidentielles d'une valeur totale de 1,29 milliard de francs.

Investis a adopté une stratégie de financement basée sur l'émission d'obligations. Les hypothèques ont été réduites à la portion congrue.

Dans le secteur des services, le groupe se concentre sur la numérisation des activités. Les deux marques Privera et Hauswartprofi sont spécialisées dans la gestion immobilière et les services de conciergerie. — (awp)