

L'AGEFI

QUOTIDIEN DE L'AGENCE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE À GENÈVE

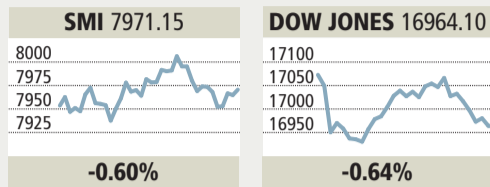
Le cas du Figaro en France Importante avancée dans l'exploitation du big data

PAGE 20

LEGG MASON
GLOBAL ASSET MANAGEMENT



JA-PP/JOURNAL — CASE POSTALE 5031 — CH-1002 LAUSANNE



PRÉVISIONS DE CROISSANCE (BAKBASEL)

Brutale révision sur deux ans

PAGE 8

AFFAIRE RYBOLOVLEV - BOUVIER À MONACO Incompréhensible retournement

PAGE 7

TRANSACTIONS DANS LA GESTION PRIVÉE Les prix moins élevés en Suisse

PAGE 3

ENTRETIEN AVEC LA DIRECTION DE VP BANK Objectifs d'acquisitions en Suisse

PAGE 4

RÉSULTATS ANNUELS DU GROUPE LINDT Les records se succèdent encore

PAGE 5

CRÉATION DE HAIR MEDICAL À MONTREUX La fusion de deux références

PAGE 5

DÉPART DANS LES FONDIS D'INVESTISSEMENT Le titre Vontobel réagit aussitôt

PAGE 4

MOTEUR DE LA CROISSANCE AMÉRICAINE Focale sur valeurs technologiques

PAGE 13

Optimisation dans la robotique mobile



NICOLA TOMATIS. BlueBotics cible les développements industriels dans les marchés émergents.

Optimiser la mobilité des véhicules et des robots, tel est l'objectif de BlueBotics. Créée en 2001, l'entreprise a développé un système de navigation et d'autonomisation pour les véhicules industriels sans avoir recours à des infrastructures comme des câbles inductifs ou des lignes peintes sur le sol. Nicola Tomatis, directeur général de l'entité basée à Saint-Sulpice, veut garantir une croissance commerciale en restant attentif aux opportunités et aux besoins des clients émergents. Il s'appuie sur la technologie dite ANT (acronyme pour Autonomous Navigation Technology). Comme le rappelle l'entrepreneur, les avantages de cette approche incluent un effort d'intégration minimal et l'augmentation de la flexibilité de l'installation. Et son produit se décline dans plusieurs secteurs. Dans le monde de la logistique industrielle avec la société Esatroll. Cette dernière livre des véhicules équipés avec ANT assurant le transport de palettes du palettiseur aux étagères, dans les allées étroites ou pour le stock au sol. Dans le domaine du nettoyage industriel, BlueBotics a conclu un partenariat avec Cleanfix qui commercialise une laveuse autonome pour les salles de sport, les hôpitaux, les hôtels ou les centres commerciaux. Dans les hôpitaux, la société de Saint-Sulpice se singularise avec des flottes de véhicules complètement intégrés. ■

Les dégâts d'image prennent une tournure quasi-institutionnelle

UBS. L'agence Standard Ethics à Londres et Bruxelles suspend sa notation suite aux récentes procédures ouvertes en France.

ELSA FLORET

Ce n'est qu'une notation alternative qui n'a pas fait bouger le titre hier, mais l'épisode est représentatif de ce vers quoi tend la notation dite «éthique». L'agence de notation extra-financière Standard Ethics, basée à Londres et Bruxelles, a suspendu sa notation attribuée au groupe UBS suite à la mise en examen début mars de sa filiale en France pour subornation de témoin.

L'agence Standard Ethics confirme qu'en cas de non réaction substantielle et publique du

groupe, suite à sa mise en examen pour subornation de témoin, le risque pour la banque est le déclassement de son rating actuel de EE-. Tout rating inférieur à EE- est considéré comme out of compliant.

Depuis juin dernier, le Standard Ethics Swiss Index regroupe les vingt valeurs du SMI sur une échelle allant de EEE à E; EE- étant le niveau minimal de compliance avec les normes de l'UE, de l'ONU et de l'OCDE.

A la fin du mois de mars, l'agence réactualisera ses notations en Suisse. D'ici là et dans l'attente de

voir la responsabilité du groupe suisse dans son affaire UBS France, la notation attribuée est suspendue.

Toute communication d'UBS sera alors scrutée par Standard Ethics, qui ne souhaite pas bénéficier d'un canal privilégié de communication avec les sociétés qu'elle note.

Selon Filippo Cecchi, directeur de la communication et des affaires publiques de l'agence, le risque de réputation n'est pas seulement lié à la mise en accusation en France. Il dépend également de la gestion de crise et des ré-

ponses apportées pour éviter que cette crise ne se répète.

Si UBS se contentait par exemple de déclarer qu'elle ne commentait pas une décision de justice avant la fin du procès, ce qui est en général recommandé, le risque de déclassement serait élevé. «Cela signifierait qu'UBS n'est pas consciente des problèmes actuels et qu'elle n'est pas en train de mettre en place les politiques d'ajustement», ajoute Filippo Cecchi. Standard Ethics a attendu plus d'une semaine entre la mise en examen d'UBS en France et la suspension du rating. PAGE 3

En position de force avant la coentreprise

GOLDBACH. Le principal futur concurrent de Swisscom-SSR-Ringier a diffusé hier des résultats convaincants.

Le groupe Goldbach peut envisager l'entrée sur le marché de la coentreprise Swisscom-SSR-Ringier dans le domaine de la publicité ciblée avec une relative confiance. Les chiffres présentés hier le confirment. Il a encore réalisé une croissance supérieure au marché dans son activité principale, la publicité télévisée, où il occupe la position de leader avec des ventes nettes de 337,86 millions de francs (+6,9%). Le portefeuille comprend toutes les fenêtres publicitaires importantes pour les chaînes étrangères. A l'exception de celles du groupe TF1 (donc avec TMC et NT1), commercialisées par Ringier.

Avec l'ajout de D8 depuis cette année, il a fait son entrée dans les chaînes contrôlées par le groupe Canal+, pouvant déjà compter depuis 2010 (suite à une décision favorable du Tribunal fédéral) sur les chaînes du groupe M6. Son chiffre d'affaires brut (du côté allemandique comme francophone) dépasse nettement celui réalisé par Publisuisse pour les publicités diffusées sur les chaînes de la SSR, TF1 n'ayant représenté en 2014 que 15% en Suisse francophone (selon Publisuisse). Grâce à l'ajout de nouvelles chaînes en 2016, Goldbach devrait pouvoir croître de nouveau à un rythme supérieur au marché. PAGE 4

L'avenir se précise en Suisse romande

VALORA. La marque Naville deviendra KKiosk. L'activité de gros et logistique pour indépendants suscite de l'intérêt.

Le processus de mise en vente de l'activité de distribution ou commerce de gros de Naville (Naville Distribution) et de l'immeuble de la Praille à Genève a été décidé. Par ailleurs, le changement de nom de la marque N naville en kiosk et P&B aura lieu en 2017. Il en ira de même en 2016 pour la marque Relay, qui n'appartient pas à Valora. L'intégration de Naville se déroule positivement sous la direction de Jean-Yves Leroux qui restera dans le groupe Valora. 400 à 500 kiosques indépendants sont approvisionnés par Naville Distribution. Le réseau de points de vente de Naville est exploité par 169 partenaires d'agence. Ce



JEAN-YVES LEROUX. Naville a généré en 2015 un retour sur capitaux employés de 11,8%.

modèle d'exploitation a été introduit en 2005 en Suisse romande. Naville Distribution suscite semblait-il l'intérêt de différents opérateurs. PAGE 5

ÉDITORIAL FRANÇOIS SCHALLER

RIE III: la triste routine de confrontation

La fiscalité des entreprises va baisser (page 9), ce qui devrait favoriser l'investissement. Donc l'emploi. Voire les salaires. Et l'impôt en bout de chaîne. Si ce n'était pas le cas, que la part d'imposition cessant d'être due par les personnes morales était lâchement transformée en dividendes, ces revenus financiers supplémentaires viendraient s'ajouter aux gains imposables des actionnaires. A des taux marginaux sensiblement plus élevés. Il n'y aurait pas seulement un transfert fiscal des entreprises vers les privés, mais aussi une augmentation de la base imposable après quelques années. Et une hausse des revenus de l'Etat dans la durée (si tout se passe bien). Ces mécanismes indémontrables, mais abondamment expérimentés, ont pour une fois rassemblé dans le canton de

Vaud s'agissant de réformer l'imposition des entreprises (RIE). Sans attendre que la Confédération finalise la sienne (RIE III) sous pression de l'OCDE et de l'UE. Que la gauche dure locale ait aussitôt lancé un référendum n'a pas été une surprise. Elle fait son travail. Ce qui étonne davantage (pour ne pas parler de déception), c'est qu'elle ne parvient pas à cette importante occasion, qui devrait donner le ton à l'échelle fédérale, à sortir des clichés puérils (la grande thématique des petits cadeaux), avec invectives dégradantes (arnaque, mensonges et complicité) et incitation classique à la haine sociale. Ce que le projet de RIE III suggère actuellement de manière troublante, c'est que l'imposition des entreprises est en soi une absurdité. Si l'on peut la réduire

avantageusement, alors pourquoi pas la supprimer complètement? Les entreprises génèrent la prospérité qui permet ensuite de faire une certaine redistribution sociale. Les imposer revient à les pénaliser de manière linéaire, alors qu'elles pourraient aujourd'hui fort bien payer les infrastructures et prestations publiques qu'elles utilisent réellement.

Si les référendaires concentraient au moins leurs énergies complotistes paranoïques à démontrer que la RIE III est un soursouris premier pas vers la fin pure et simple de l'imposition des entreprises, le cadeau fiscal final, cette affaire donnerait peut-être un débat politique enfin renouvelé et intéressant. C'est peu dire qu'on en est loin. ■

Deutsche Asset Management

www.DeutscheFunds.ch

Passion to Perform

