



UN «AIRBUS» DES BATTERIES ÉLECTRIQUES
Soutien européen de 3,2 milliards

PAGE 9

LA HAUSSE DE CAPITAL POURRA ÊTRE MENÉE
S+B gagne auprès de la Finma

PAGE 5

INTÉGRATION DU GÉRANT EN JANVIER 2020
Notz Stucki reprend Jam Research

PAGE 6

DIFFICULTÉS EN AMÉRIQUE DU NORD
Autoneum reporte ses objectifs

PAGE 6

RACHAT À 2,5 MILLIARDS DE DOLLARS
Sanofi absorbe Synthorx

PAGE 7

PATRON DE L'INVESTISSEMENT REMPLACÉ
HSBC remanie aussi sa direction

PAGE 7

L'ANALYSE DE FRANÇOISE MENSI
15 décembre, jour du jugement?

PAGE 12

LA CHRONIQUE DE FRANÇOIS CHRISTEN
Le régime anticyclonique perdure

PAGE 12

FiveCo commercialise sa propre marque



ANTOINE LOROTTE. Directeur général et cofondateur de bureau d'ingénieurs FiveCo. L'entreprise a été créée en 2002, et elle est basée au Mont-sur-Lausanne. Aujourd'hui, la société compte une dizaine d'ingénieurs.

Le bureau d'ingénieurs en recherche et développement FiveCo s'émancipe. Dans une optique de croissance, l'entreprise vaudoise annonce le lancement de sa nouvelle marque baptisée «Around Five», née d'un partenariat avec Pilotdesign et son fondateur Philippe Vallat.

FiveCo, qui conçoit de manière générale des objets mêlant esthétique, design et innovation à des groupes industriels, décide de lancer cette fois-ci ses créations. Et l'aventure commence avec un premier objet, une horloge de table pas comme les autres. Baptisée «A5-01», cette horloge unique propose une lecture du temps différente, basée sur la course du soleil et son tracé en courbes qui apparaissent et disparaissent derrière l'horizon.

Le prototype de l'horloge présenté, FiveCo entre aujourd'hui dans la délicate phase de production. Pour cela, l'entreprise vaudoise a lancé une campagne de financement participatif sur la plateforme Kickstarter, dont l'objectif est d'obtenir les fonds nécessaires à la production de la première série. La société s'est fixée comme but de récolter près de 90.000 dollars. L'idée étant d'avoir au minimum une centaine de commandes.» **PAGE 4**

L'initiative de l'UDC, un poison pour l'économie

Jean-Hugues Busslinger chiffre en milliards de pertes les conséquences d'un oui à l'initiative pour une immigration modérée.



JEAN-HUGUES BUSSLINGER. «Les conséquences pour l'économie suisse seraient désastreuses», soutient le responsable politique.

MAUDE BONVIN

«L'initiative de l'UDC pour une immigration modérée dite de limitation, c'est un véritable poison pour l'économie, les entreprises, les emplois et, en définitive, la prospérité de notre pays», déclare Jean-Hugues Busslinger, responsable de la politique générale au Centre Patronal. En exigeant que la libre circulation des personnes soit abolie, c'est tout l'édifice des accords bilatéraux qui nous lient à l'Union européenne (UE) qui s'écroule. L'accord sur la libre circulation des personnes se trouve en effet lié aux six autres accords bilatéraux I (agriculture, obstacles techniques au commerce, mar-

chés publics, recherche, transports aérien et terrestres) par une clause guillotine. «Les conséquences pour l'économie suisse seraient désastreuses. Elles se chiffrent en dizaines de milliards de francs par année», poursuit Jean-Hugues Busslinger.

L'UDC rétorque que son texte n'interdit pas l'immigration européenne. Il cite en exemple les Etats-Unis, l'Australie, la Nouvelle-Zélande et le Canada qui contrôlent de façon autonome leur immigration. Il rappelle également que le commerce avec l'UE est garanti par l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et un accord de libre-échange. **PAGE 3**

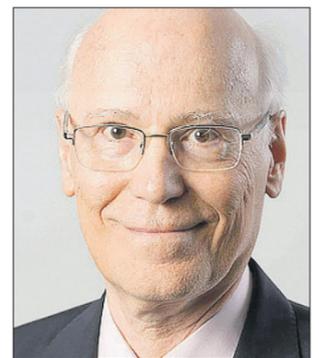
Le futur de l'humanité pourrait dépendre de Mars

SOPHIE MARENNE

Des terres s'épuisent, des déserts s'étendent, des pandémies ou des guerres peuvent survenir. «Il n'y a aucune raison que notre espèce soit éternelle. Si nous ratons le créneau durant lequel nous

avons les capacités de nous implanter sur Mars de façon autonome, nous pourrions disparaître», indique Pierre Brisson, président de la Mars Society Switzerland. Selon lui, la colonisation de notre voisine rouge ne relève plus de la science-fiction

mais de quelques années et de moyens financiers. La date de cet «amarsissage» par l'Homme? «J'espère en 2026, plus vraisemblablement en 2028. Cela dépendra de la réussite d'Elon Musk avec son lanceur orbital Super Heavy.» **PAGE 6**



PIERRE BRISSON. Il est à la base de l'association suisse de promotion de l'exploration de Mars.

Conzzeta se recentre sur Bystronic

CONGLOMÉRAT. Le groupe zurichois met fin à sa diversification et cédera ses autres firmes dont Mammut.

PHILIPPE REY

Après avoir été un ardent défenseur d'une diversification de son portefeuille d'activités, Conzzeta a décidé de se recentrer exclusivement sur l'unité d'affaires Bystronic. En ayant défini des plans pour accélérer l'expansion d'un des leaders mondiaux proposant des solutions à haute valeur ajoutée pour l'usinage à plat, tubes et profilés de tôles et autres matériaux. En 2018, Bystronic a réalisé 90% du bénéfice opérationnel du groupe. Malgré un ralentissement de ses affaires lors des neuf premiers mois de 2019, Bystronic maintient son ambitieuse stratégie de croissance.

Les autres unités d'affaires (dont la marque outdoor Mammut) de Conzzeta, qui est basé à Zurich et

contrôlé par plusieurs familles, seront vendues progressivement d'ici la fin de 2020 en vertu du meilleur propriétaire (best owner) possible pour les développer. Une partie du produit issu de ces cessions sera redistribuée aux actionnaires. Cette perspective de conversion de ressources a été saluée hier par une hausse supérieure à 10% de l'action Conzzeta sur SIX Swiss Exchange. La valeur boursière de Conzzeta avoisine deux milliards de francs. A fin juin 2019, ses liquidités nettes se montaient à 400 millions de francs. Son taux d'auto-financement (equity ratio) dépassait 70% à la fin du premier semestre 2019, reflétant une rentabilité robuste et des plus-values sur les désinvestissements réalisés jusqu'ici. **PAGE 5**

Vontobel annonce une rupture majeure

REPOSITIONNEMENT. La banque d'affaires et le trading seront lâchés pour se concentrer davantage sur le client.

CHRISTIAN AFFOLTER

Le groupe Vontobel a annoncé hier une réorientation qui met un terme à des activités ayant marqué son histoire. Pendant longtemps, elles ont aussi participé à la construction de sa marque. Mais anticiper la numérisation qui change profondément les besoins de la clientèle exige de Vontobel de se réinventer. Ce n'est pas la première fois au cours de son histoire de près de 100 ans, selon le président du conseil d'administration Herbert J. Scheidt.

La banque d'affaires, notamment les entrées en Bourse ou le courtage de Vontobel, appartiendront au passé. Ils ne représenteraient plus que 1% des recettes de Vontobel. Les produits structurés, qui deviendront l'un des sept centres

d'excellence, ainsi que la plateforme derivateur permettant de concevoir des produits sur mesure, seront attachés à de nouvelles entités. L'héritage de Roger Studer, qui se retire de l'opérationnel, se retrouvera ainsi réparti sur deux endroits. Dès l'année prochaine, l'accent sera d'autant plus mis sur la gestion d'actifs. Vontobel y a développé des compétences d'investissement distinguées à de multiples reprises. La focalisation sur quelques classes d'actifs, avec un modèle de boutiques, a fait ses preuves.

L'établissement se veut très réactif et innovant face aux évolutions engendrées par la technologie qui peuvent se révéler disruptives. Il suit et analyse de près les besoins de ses clients, en permanence. **PAGE 4**



9 771421 948004 20050

FiveCo prend son envol en lançant sa marque

Le bureau d'ingénieurs vaudois annonce sa nouvelle signature, baptisée «Around Five». Sa première création est une horloge de table qui mêle innovation et design.

MATTEO IANNI

Le bureau d'ingénieurs en recherche et développement FiveCo s'émancipe. Dans une optique de croissance, l'entreprise vaudoise annonce le lancement de sa nouvelle marque baptisée «Around Five», née d'un partenariat avec Pilotdesign et son fondateur Philippe Vallat.

Campagne sur Kickstarter

FiveCo, qui conçoit de manière générale des objets mêlant esthétique, design et innovation à des groupes industriels, décide de lancer cette fois-ci ses créations. Et l'aventure commence avec un premier objet, une horloge de table pas comme les autres. Baptisée «A5-01», cette horloge unique propose une lecture du temps différente, basée sur la course du soleil et son tracé en courbes qui apparaissent et disparaissent derrière l'horizon.

Pour cette entrée en matière, Antoine Lorotte, CEO et cofondateur de FiveCo et Philippe Vallat se sont fixés comme consigne de

proposer un prix le plus accessible possible pour un objet haut-de-gamme. «Le but était de mettre au point un produit Swiss made que les personnes peuvent s'offrir,

FIVECO A CRÉÉ
UNE CAMPAGNE
DE CROWDFUNDING
POUR OBTENIR LES FONDS
NÉCESSAIRES
À LA PRODUCTION
DE LA PREMIÈRE SÉRIE.

commente Antoine Lorotte. Nous sommes arrivés à un budget d'environ mille francs (ndlr: 1210 francs)», confie l'ingénieur. «Par le passé, nous avions déjà créé deux marques (ndlr: *Art of Secret* et *Mémoire du vin*). Avec AroundFive, c'est bien plus qu'un simple exercice de style. Il s'agit au travers de cette marque originale et 100% Swiss made de rejeter tous les compromis et d'aller jusqu'au bout de l'expression d'une créativité.»

Le prototype de l'horloge présenté, FiveCo entre aujourd'hui



A5-01. Cette horloge de table propose une lecture du temps différente, basée sur la course du soleil. Son prix est de 1210 francs.

dans la délicate phase de production. Pour cela, l'entreprise vaudoise a créé une campagne de financement participatif sur la plateforme Kickstarter, dont l'objectif est d'obtenir les fonds nécessaires à la production de la première série. La société s'est fixée comme but de récolter

près de 90.000 dollars. L'idée étant d'avoir au minimum une centaine de commande. En-deçà, la production sera impossible. Le bilan après une semaine de campagne semble positif, puisque FiveCo en est pour l'heure à 40% du montant visé.

Depuis sa création en 2002, FiveCo a développé une centaine de projets, dont près d'un tiers est aujourd'hui sur le marché. Certains de ses clients se nomment Nestlé, Alstom ou Maillefer. «Mais le nom de «FiveCo» n'apparaît jamais», précise Antoine Lorotte.

Palmarès de FiveCo

Le CEO reste discret sur les projets réalisés qui se trouvent désormais sur le marché. Cela dit, dans les merveilles que le bureau a conçues, on trouve par exemple le coffre à cigare pour Imperiali Industries. Cet objet renferme une somme de savoir-faire, d'innovation et de technologie tout à fait hors norme. Dans le palmarès de FiveCo, on peut aussi citer l'application X-Smart IQ pour l'endodontie, développée pour Dentsply Maillefer. Ou encore le gestionnaire de batterie pour Hyten qui a pu faire les 24h du Mans en équipant un véhicule hybride de la marque Nissan.

À l'origine de FiveCo, on trouve un groupe d'ingénieurs issus de la formation microtechnique de

l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne. Leur premier projet en commun fut le système d'interaction du robot guide RoboX pour l'Exposition nationale suisse de 2002. C'est à la suite de cette première collaboration remarquable, qu'Antoine Lorotte, Xavier Greppin, Gilles Froidevaux, Antoine Gardiol et Mathieu Meisser se sont lancés dans l'aventure entrepreneuriale.

Aujourd'hui, le bureau compte une dizaine d'ingénieurs. Un nombre restreint voulu par le directeur Antoine Lorotte pour pouvoir être au plus près des demandes de ses clients. «Personnellement, j'ai beaucoup de mal à travailler à distance. J'estime que nous avons besoin de voir le client, de lui expliquer les problèmes et toutes les questions administratives et logistiques. En tant que cabinet d'ingénieurs, nous avons ce rôle éducatif qui est d'expliquer les contraintes industrielles ou les contraintes technologiques. Et quand votre client est à l'autre bout de la planète, cela n'est pas évident.» ■