

Bucher fait état d'une demande robuste au T1

INDUSTRIE. Bucher Industries a bénéficié sur les trois premiers mois de l'année d'un solide regain de demande. Les revenus du conglomérat diversifié zurichois ont également pris l'ascenseur, mais dans une moindre mesure qu'escompté par les marchés. Dans leurs commentaires, les analystes anticipent un essoufflement cyclique.

La direction table sur une évolution positive des marchés mais ne s'aventure pas sur le terrain des objectifs chiffrés pour l'ensemble de l'exercice, se contentant d'évoquer dans son compte-rendu jeudi une progression du chiffre d'affaires comme du bénéfice net.

Au 1^{er} trimestre, les recettes ont enflé de 17,1% en comparaison annuelle à 721 millions de francs, alors que les analystes anticipaient un chiffre d'affaires de 731 millions en moyenne. En hausse de 17,9% à 748 millions, les entrées de commandes ont allègrement dépassé le consensus, qui s'établissait à 700 millions.

Le constructeur de machines agricoles et de véhicules de voirie, entre autres, explique avoir bénéficié d'une solide embellie sur le climat d'investissement par rapport à l'entame de l'exercice 2017.

La demande est restée robuste pour les véhicules municipaux, les composants hydrauliques ou encore les machines pour emballages en verre. Les équipements de vinification et les presses à jus de fruit, tout comme les solutions d'automatisation, ont affiché un rétablissement sensible.

L'appréciation de l'euro face au franc a également joué sur une croissance qui se serait sinon limitée à 12,5%.

Haut de la vague

S'ils saluent des résultats solides, les analystes anticipent cependant un ralentissement cyclique. Les récents commentaires du groupe Caterpillar qualifiant le trimestre écoulé de «haut de la vague» laissent présager un ralentissement de la division Hydraulics, relève par exemple la banque Vontobel.

L'institut privé zurichois pointe également du doigt la rentabilité de la principale division Kuhn (machines agricoles), qui devrait rester en dessous des 12% visés, en raison de l'impact négatif du marché américain. La recommandation «hold» reste cependant de mise, ainsi que l'objectif de cours fixé à 435 francs. — (awp)

Straumann réunit sa marque premium avec ses enseignes à prix moindres

MEDTECH. Avec une croissance interne de 15%, le premier trimestre 2018 surpasse les attentes pour le leader mondial des implants dentaires.

PIOTR KACZOR

Chef de file mondial des implants dentaires, Straumann a fait état d'un bond spectaculaire de près d'un quart de son chiffre d'affaires (+21,7%) à 324,1 millions de francs, au premier trimestre 2018. Une performance qui surpasse les attentes du marché. A la faveur d'une croissance organique de 15,3% qui se situe dans le haut de la fourchette-cible de 10-15% fixée à cet égard par le groupe basé à Bâle, mais dont la production est centrée à Villeret, dans le Jura bernois, où Straumann emploie un demi-millier de personnes. Le CEO Marco Gadola explique que le groupe a pu maintenir sa dynamique fondamentale en gagnant des parts de marchés dans ses implants premium BLT (conique), Roxolid et SLActive. Mais aussi par l'extension de la portée des enseignes à moindre prix du groupe, dans de nouveaux pays.

Orthodontie prometteuse

«Nous profitons en outre des contributions de nos activités numériques et orthodontiques qui vont étayer notre croissance future». Or Straumann est entré sur le marché de l'orthodontie avec l'acquisition, annoncée en août 2017 mais effective depuis le

mois d'octobre, du groupe américain ClearCorrect, leader des appareils dentaires transparents. Lors de la conférence téléphonique qui s'est tenue jeudi, Marco Gadola a montré qu'après une phase de fléchissement au quatrième trimestre, la croissance de ClearCorrect a redémarré en flèche au premier trimestre 2018. Alors que le lancement de la marque, à part entière, sur les nouveaux marchés d'Europe, d'Amérique latine et d'Asie-Pacifique est préparé pour 2019. Un marché très dynamique que ClearCorrect domine à hauteur des trois quarts environ, selon Marco Gadola, et sur lequel les Etats-Unis représentent environ deux tiers des ventes, suivis par la Chine comme numéro deux. Ce qui illustre l'immense potentiel des autres pays, européens mais aussi du Japon. «Aujourd'hui un cas d'orthodontie sur 8 seulement est traité avec des appareils dentaires transparents. Alors que le prix du traitement est quasiment le même» explique Marco Gadola. Selon l'avis personnel de ce dernier, une croissance de 30% de ce marché dans les prochaines années devrait constituer un minimum. Afin de stimuler le potentiel de ventes du groupe Straumann - tout en réduisant sa complexité



MARCO GADOLA. Le CEO explique le recours à une marque maison non-premium pour damer le pion à un grand concurrent.

interne et pour ses clients - le groupe a réuni les activités commerciales de sa marque premium (Straumann) et celles centrées sur les enseignes à moindres prix de sa plateforme Intradent (Neodent, Medentika, Anthogyr et Zinedent) dans 15 pays.

Ce qui s'est déjà traduit, au premier trimestre 2018, par le lancement en Australie, en France, en Allemagne et en Scandinavie des systèmes d'implants coniques novateurs Grand Morse (GM) de son enseigne brésilienne Neodent. Selon Straumann, cette

nouvelle organisation centrale et locale déploie non seulement un effet positif sur les ventes, mais libère aussi des ressources pour la formation et le service clientèle des produits non-premium.

Les craintes de cannibalisation sont dissipées

Une évolution qui montre surtout que les dirigeants du groupe redoutent de moins en moins les effets de cannibalisation de la marque principale Straumann, premium, par les autres. D'autant que cela fait plusieurs années

maintenant que le groupe déploie son activité parallèlement dans les deux segments dans plusieurs pays. Ainsi l'annonce hier du lancement par Neodent de son système GM, basé sur un implant pleinement conique, a-t-il suscité des interrogations sur le risque de cannibalisation. Puisque Straumann s'apprête aussi à lancer, plus tard, un implant pleinement conique. Marco Gadola a calmé les inquiétudes en rappelant que le grand concurrent sur ce segment c'est Nobel Biocare (groupe zurichois d'origine scandinave contrôlé par le géant diversifié américain Danaher). Le lancement du système GM de Neodent doit donc permettre de damer le pion à Nobel Biocare. En attendant que Straumann arrive sur le marché avec un système encore plus perfectionné sur ce segment.

Au premier trimestre 2018, le groupe bâlois a atteint une croissance à deux chiffres dans l'activité principale des implants dentaires, et dans les biomatériaux, ainsi que, même sur le plan organique, dans toutes les zones géographiques, à l'exception de l'Europe (+9,8%).

L'action Straumann a gagné 3,94% jeudi, réduisant le recul à -6,2% cette année, avec encore un gain de 24% sur un an. ■

Le private equity recèle des opportunités pour BlueOrchard

INVESTISSEMENT DURABLE. Dans l'impact investing, certains secteurs se prêtent mieux au financement de fonds propres

PIOTR KACZOR

La société genevoise BlueOrchard compte parmi les pionniers de l'investissement d'impact, une forme d'investissement durable dont Genève a été le berceau voici 18 ans. En compagnie d'un autre gérant d'actifs genevois, Symbiotics et du groupe zurichois responsAbility. Parallèlement au financement traditionnel dans les établissements de microcrédits, «le financement en fonds propres ou private equity s'impose toujours plus sur les marchés émergents. Certains sec-



PATRICK SCHEUERLE. Pas de compromis sur les rendements

teurs, celui de l'assurance par exemple ou de la santé, ne peuvent se financer quasiment que par les fonds propres. Ces entreprises dépendent des investissements de private-equity dans la mesure où elles ne sont pas en mesure d'assurer leur financement par leurs propres moyens» a souligné Patrick Scheuerle, le CEO de BlueOrchard, lors d'une table ronde mercredi à Zurich.

Phases d'expansion précoces privilégiées

A son gré, le private equity sera l'une des principales classes d'actifs, dans le secteur privé, dans les prochaines années, pour atteindre les objectifs de développement durables (ODD) fixés par les Nations Unies. En particulier pour investir durant les phases d'ex-

pansion des entreprises. «Pour ce qui nous concerne, nous voyons le private equity comme une grande opportunité durant les 10 à 15 prochaines années pour le financement d'entreprises qui se trouvent encore dans une phase d'expansion précoce sur ces marchés» selon Patrick Scheuerle. Une approche d'investissement particulièrement indiquée, à son gré, pour les entreprises qui doivent rehausser leurs capacités au fur et à mesure de leur développement. «Mais notre mission ne se borne pas à mettre du capital à disposition.

Impact ESG visé

Nous aidons les entreprises à s'améliorer et à prendre les bonnes décisions, par exemple au niveau de l'extension des capacités, de la conception des produits ou de la conquête de nouveaux marchés. Avec le concours de nos experts et de notre réseau». D'autant qu'à la différence du financement par microcrédits, «le private equity permet de siéger aux conseils d'administration des entreprises financées. Et de veiller ainsi non seulement à générer de la valeur pour les investisseurs. Mais aussi à s'assurer de l'impact environnemental ou social visé

par cette forme d'investissement».

Car, «selon notre philosophie de base, nos investissements doivent générer des rendements conformes à leurs marchés respectifs. Et nous sommes convaincus que l'impact investing ne peut se développer que s'il atteint ces rendements. Simultanément, nous devons aussi atteindre les objectifs environnementaux ou sociaux. Mais nous ne faisons pas de compromis qui nous verraient prendre en compte des rendements plus faibles pour les investisseurs privés, en échange d'avantages sociaux ou environnementaux renforcés».

Rendements conformes aux marchés

Le CEO laisse ainsi entrevoir des rendements conformes aux marchés dans le private equity, en fonction des secteurs d'activités concernés et de la qualité des équipes.

Centré sur les établissements de microcrédits, le fonds BlueOrchard Microfinance Fund (BOMF) a généré de son côté au cours des 20 dernières années un rendement annuel moyen de 4,3% nets, en dollars, pour les investisseurs. ■

Epsitec victime d'un vol de données

LOGICIELS DE GESTION.

Des informations sur quelque 35.000 clients ont été subtilisées mardi.

La PME vaudoise Epsitec, qui édite les logiciels de gestion Cré-sus, a été victime de cybercriminels. Elle s'est fait voler des données de quelque 35.000 clients. Les informations les plus sensibles n'ont pas pu être dérobées, affirme jeudi l'entreprise.

La société vient d'être confrontée à un premier vol de données en 40 ans d'existence, explique Epsitec. Les adresses de ses clients sont tombées dans les mains de cybercriminels qui ont utilisé une variante du malicieux «Retefé».

Le vol a eu lieu mardi et nous en avons eu connaissance aujourd'hui par un client qui a donné l'alerte, précise Pierre Arnaud, directeur de la société. Le dommage pour Epsitec est avant tout une question d'image.

Les voleurs ont pu s'emparer des données contenant l'adresse postale, le courriel et le numéro de téléphone de 35.000 clients. Les numéros de cartes de crédit et les mots de passe n'ont en revanche pas été dérobés. — (awp)

'AGEFI

Gagner mon invitation



17 mai, EPFL - Ecublens | agefi.com/partenaires

Collectionneur recherche oldtimers et youngtimers. Déplacement et paiement rapide 079 571 18 20