

HERO: solide croissance des produits de marque sur les segments clé

Le groupe alimentaire Hero a bouclé son exercice 2016 sur un rebond du bénéfice net de l'ordre de 1,6 million de francs, à 73,4 millions. Quant aux ventes de l'entreprise argovienne, elles ont stagné à 1,27 milliard. «La croissance du chiffre d'affaires des produits de marque dans nos segments clé, à savoir l'alimentation pour bébés et enfants en bas âge, les confitures et les snacks sains, a atteint le niveau satisfaisant de 3,8%», a commenté vendredi Rob Versloot, le directeur de Hero. A l'inverse, les ventes de laits en poudre, de spécialités et de produits sans marques ont chuté. Au niveau opérationnel, le résultat a poursuivi sur sa lancée positive: +5,2% par rapport à 2015, à 113,8 millions de francs. Pour l'année en cours, l'entreprise s'attend à une progression de la croissance organique dans les segments phare. – (ats)

STARBUCKS: le groupe de café affine son offensive sur le Nespresso-compatible

La chaîne américaine de café Starbucks lance ses propres capsules compatibles avec le système Nespresso. «Nous savons que ce besoin existe chez nos clients», a déclaré le chef de Starbucks Suisse, Frank Wubben, dans une interview au *20 Minuten*. C'est pourquoi Starbucks croit que c'est le bon moment pour lancer un produit. Depuis environ quatre ans, Starbucks propose déjà avec Verismo son propre système de capsules. Maintenant, la chaîne veut profiter de la forte présence de Nespresso. Dans presque un ménage suisse sur deux, il y a une machine de cette marque, a déclaré Frank Wubben. Ce dernier ne croit pas que Nestlé a peur de Starbucks. «Nous ne sommes pas les premiers sur le marché à proposer des capsules compatibles avec le système Nespresso», ajoute le directeur. – (ats)

SULZER: contrat pour le nucléaire suédois

Le groupe industriel Sulzer a obtenu de l'entreprise suédoise Forsmark Kraftgroup une commande portant sur la livraison de pompes. Le groupe, qui appartient à l'énergéticien suédois en mains publiques Vattenfall, a passé une commande pour six pompes GSG de type «barrel» destinées à l'usine nucléaire sise à Forsmark. Aucun montant n'a été dévoilé.

BP: CEO pour la Suisse recruté à l'interne

Dès juillet, Martin Thomsen sera le nouveau directeur du groupe pétrolier britannique BP en Suisse. Il dirigera en outre le nouveau pôle de vente au détail en Suisse, en Autriche et en Turquie dont il sera le directeur des opérations dès avril. Martin Thomsen, âgé de 46 ans, remplace Constantin Cronenberg qui va reprendre d'autres tâches au sein de BP. Martin Thomsen a dirigé BP en Turquie de 2014 à 2017.

SIKA: rocade au top management en ligne avec la stratégie de croissance 2020

Le groupe Sika a annoncé plusieurs changements au sein de la direction générale et des unités pour tenir compte de la stratégie de croissance et des objectifs à l'horizon 2020. Thomas Hasler, actuellement directeur technologique, a été nommé à la tête de l'unité Industry. Le poste de directeur technologique est repris par Frank Hoeflin qui rejoint également la direction générale. Yumi Kan, qui dirige l'activité Building Systems & Industry, prend la direction de la division Construction, tandis que le responsable des activités Concrete & Waterproofing Ernesto Schuemperli se retire de la direction générale. Au niveau des régions, le responsable Asie-Pacifique Heinz Gisel se retire également de la direction du groupe et sera remplacé par Mike Campion qui supervise actuellement la Chine.

La progression marquée du bénéfice net**RAPID NUTRITION.**

Le groupe coté à Zurich a étendu ses canaux de distribution en Asie et a élargi son offre de produits avec des protéines biologiques et vegan.

La société Rapid Nutrition a dégagé au premier semestre de son exercice décalé 2016/2017 (clos fin décembre) un bénéfice net de 0,60 million de dollars australiens (0,46 million de francs), en hausse de 76,3% sur un an, a annoncé vendredi dernier le spécialiste des compléments alimentaires. Les titres de l'entreprise sont cotés depuis mercredi dernier sur la place suisse. Le résultat d'exploitation a progressé de 18,4% à 0,60 million, a ajouté dans son rapport semestriel la société qui dispose de sièges en Australie et au Royaume-Uni. Le chiffre d'affaires a quant à lui augmenté de 10,5% à 2,07 millions de dollars australiens sur les six premiers mois de l'exercice.

Rapid Nutrition a étendu ses canaux de distribution en Asie et a élargi son offre de produits avec des protéines biologiques et vegan, qui seront introduites en mai. Grâce à ces innovations, la direction anticipe «une croissance continue et des bénéfices attractifs», a indiqué le directeur Simon Ledger. Rapid Nutrition a bien démarré l'exercice et s'attend à croître les prochains mois. L'entreprise compte «poursuivre des opportunités sur plusieurs continents», notamment aux Etats-Unis dans les produits biologiques, a ajouté M. Ledger dans une lettre aux actionnaires. La société souhaite être cotée sur l'indice élargi SPI «aussi rapidement que possible», a déclaré le CEO à AWP. La demande a été déposée auprès de SIX Swiss Exchange. L'entreprise avait été récemment décotée de la place francfortoise en raison d'un négoce peu liquide. Elle devrait continuer à être échangée en euros.

Mercredi, Rapid Nutrition avait indiqué considérer la Bourse suisse comme étant la place financière la plus réputée pour le secteur des sciences de la vie en Europe. L'opération «permettra aux investisseurs de mieux comparer la performance de l'action avec d'autres marques mondialement connues» et de mieux lever des capitaux pour porter ses projets d'expansion, avait-elle indiqué. ■

Mégatendances et avantage compétitif

VAT. Performance exceptionnelle au quatrième trimestre. La capacité d'innovation est grande. La marge du free cash flow a atteint 25% en 2016.

PHILIPPE REY

VAT Group a tenu ses promesses en 2016. Le quatrième trimestre s'est même avéré meilleur que prévu grâce à une forte demande des soupapes à vide haut de gamme dans les segments des semi-conducteurs et des displays. Les entrées de commandes se sont accrues de 65% lors du quatrième trimestre et le chiffre d'affaires net, de 46%, par rapport à la même période de 2015. Les dirigeants de VAT prévoient la poursuite de la croissance en 2017 et au-delà.

La numérisation de l'économie et des besoins personnels requièrent plus de mémoires et de capacités. Les mégatendances (digitalisation, big data, internet des objets, industrie 4.0, cloud computing et e-mobility, etc.) stimulent la croissance. Les investissements dans les displays OLED

pour les smartphones, ainsi que dans les tablettes et les larges écrans dans une seconde vague sont des mouvements fondamentalement porteurs.

Les appareils des consommateurs et les plateformes engendrent le contenu généré par l'utilisateur. Il existera probablement 4,3 appareils connectés pour chaque personne en moyenne sur terre d'ici 2020. La taille du marché sur lequel opère le fabricant de soupapes sous vide, qui est basé à Haag (Saint-Gall), est de 1,7 milliard de dollars. Une croissance annuelle d'environ 5% est prévue pour la période 2016 à 2021, sans cassure majeure de la demande. VAT y a augmenté en 2016 sa part de marché à 47% (45% en 2015), s'agissant des soupapes sous vide, ce qui signifie une grosse performance, selon Heinz Kundert, CEO du groupe. Son résultat brut d'exploitation (EBITDA) a pro-



HEINZ KUNDERT. Leader dans une des branches les plus dynamiques et exigeantes.

gressé en 2016 de 25% à 149,6 millions de francs pour un chiffre d'affaires net de 507,9 millions de francs (+23,6%). Le cash-flow libre (free cash flow) s'est établi à 128,1 millions (+21,3%), ce qui correspond à une marge de 25%. L'EBITDA ajusté s'est inscrit à 158,1 millions (+24,7%), soit une marge de 31,1%. Une marge de free cash flow de 20% en moyenne à travers les cycles paraît

réaliste. Un dividende de 4 francs par action sera proposé aux actionnaires.

D'une petite entreprise créée en 1965, VAT est devenu un leader mondial dans des marchés parmi les plus dynamiques et exigeants au plan technologique du monde. Sa capitalisation boursière dépasse 3,2 milliards de francs. Son leadership technologique est indéniable, même si les concurrents ne sont pas sous-estimés, au contraire! VAT cultive des relations de confiance à long terme avec ses clients. Son modèle d'affaires est focalisé sur des soupapes haut de gamme à la mission critique. Ses ressources humaines sont hautement qualifiées. VAT peut faire valoir un avantage concurrentiel dans des domaines structurellement croissants (ce qui n'empêche pas qu'il puisse y avoir une année de recul). VAT anticipe une croissance d'au

moins 20% à taux de change constants pour 2017. L'EBITDA ajusté (essentiellement des charges liées à l'IPO) se situera vraisemblablement à 31%, tandis que les dépenses d'investissement atteindront environ 5% du chiffre d'affaires (4% à travers le cycle). VAT génère un free cash-flow élevé sans sacrifier le futur. Il investit au-dessus de la moyenne. Ses dépenses de recherche et développement (R&D) passent principalement par le compte de perte et profit et ne sont pas activées ou très peu, d'après Andreas Leutenegger, directeur financier (CFO). La hausse du free cash flow ne sera pas aussi élevée en 2017 que celle du chiffre d'affaires net étant donné des investissements plus importants pour soutenir la croissance. VAT n'investit pas massivement mais intelligemment en recourant aussi à la sous-traitance. ■

Le groupe Bolloré en Suisse

BBGI. Focus sur le pôle logistique (le moins connu du groupe) aux rencontres de mars entre institutionnels et managers.

Les Rencontres BBGI entre institutionnels et top managers suisses ont accueilli pour leur session de mars le groupe Bolloré en Suisse. Avec Hugo Roppel, président du conseil d'administration de Bolloré Logistics Suisse, et le CEO de Bolloré Logistics, Thierry Ehrenbogen. Réduire le Groupe Bolloré à Canal+ ou à ses activités dans la communication, c'est passer à côté des trois quarts des activités, et du travail de plus de 36.000 collaborateurs dans le monde. Le groupe combine trois activités majeures dans trois divisions: Transport et logistique, Communication, Stockage d'électricité et solutions.

Les transports et la logistique sont peut-être les moins médiatisés. C'est pourtant ce pôle-là qui concentre l'essentiel du chiffre d'affaires: plus de huit milliards d'euros en 2015. Les présentations de Hugo Roppel et Thierry Ehrenbogen se sont essentiellement focalisées sur les activités de Bolloré Transport & Logistics, la marque qui rassemble l'ensemble des activités historiques dans ce domaine depuis un peu plus d'un an.

Bolloré Transport & Logistics ras-

semble quatre activités majeures: la commission de transport, la gestion et l'exploitation de concessions portuaires, l'exploitation de 2700 km de voies ferrées en Afrique, mais aussi le stockage et la distribution de produits pétroliers. A côté des suisses Kühne+Nagel et Panalpina, ou des allemands Deutsche Post DHL ou DB Mobility Logistics, Bolloré Logistics occupe la première place en France et en Afrique. Assez rapidement, à l'image des précédents intervenants dans les rencontres de BBGI, vint le constat d'un monde «en pleine évolution», aussi bien en matière de communication que d'échanges commerciaux.

Parmi les changements les plus importants, le passage vers de multiples canaux de distribution pour les marchandises (e-commerce, retail, mobile, etc.) fait en particulier émerger de nouvelles attentes dans les entreprises. C'est d'ailleurs plutôt une aubaine pour le groupe Bolloré, qui réfléchit toujours à de nouvelles solutions pour ses clients, qu'ils soient actifs dans le secteur minier/pétrolier, l'aéronautique et la dé-

fense, la santé, les biens de consommation, la technologie et les télécommunications ou encore l'industrie (qui représente 35% des clients du groupe).

Autre exemple: les consommateurs exigent à juste titre toujours plus de traçabilité sur les chaînes de production et de distribution. Des solutions de green logistics ont ainsi été créées. Concrètement, pour accompagner les clients sur leurs marchés de distribution, le groupe a mis en place des hubs régionaux, à Paris, Genève, Dubai, Singapour, Johannesburg et Miami. Une présence internationale indispensable. Comme le rappelle Thierry Ehrenbogen, les économistes avaient prédit le déplacement progressif des échanges Nord-Sud sur un axe de plus en plus Sud-Sud. L'observation des flux maritimes en direction de l'Afrique le confirme: le trafic de marchandises entre la Chine et l'Afrique a progressé de 175% ces dix der-

nières années et le volume global des échanges pourrait dépasser prochainement ceux observés entre l'Europe et l'Afrique. L'Inde et le Moyen-Orient commercent également de plus en plus avec l'Afrique. Le groupe Bolloré, premier opérateur portuaire en Afrique, mais aussi un exploitant et développeur ferroviaire important sur le continent, travaille donc à asseoir et renforcer sa présence. Une stratégie qui passe également par un mécénat utile à plusieurs niveaux: en développant l'accès à l'électricité pour les populations rurales, le groupe dispose également de laboratoires grandeur nature pour ses solutions de stockage de l'électricité, absolue nécessité pour accompagner le développement à grande échelle des sources alternatives d'énergie. – (AF)

Session d'avril: Tag Aviation les mardi 25 et mercredi 26 avril à Lausanne et Genève.

LES CONSOMMATEURS EXIGENT À JUSTE TITRE TOUJOURS PLUS DE TRAÇABILITÉ SUR LES CHAINES DE PRODUCTION ET DE DISTRIBUTION. DES SOLUTIONS DE GREEN LOGISTICS ONT AINSI ÉTÉ CRÉÉES.

Décollage des ventes nettes

PERFECT HOLDING. Après une année 2015 difficile, le groupe lausannois d'intermédiation dans le commerce d'avions est parvenu à réduire sa perte opérationnelle en 2016, qui est passée de 1,6 million de franc à 1,1 million. Quant au chiffre d'affaires de Perfect Holding, il a grimpé à 17,9 millions, contre 15,6 millions. Les ventes nettes ont ainsi bondi de 14,7%. Malgré un environnement hautement compétitif et des marchés sous tension, plusieurs signes positifs ont été observés durant l'année sous revue, a indiqué Perfect Holding vendredi dernier. Il est d'ailleurs prévu que cette tendance se poursuive durant l'exercice en cours. L'an dernier, la filiale anglaise du groupe, Oxygen Aviation, a par exemple vu ses ventes progresser de 15%. La diversification auprès de nouveaux marchés et les changements apportés à l'organisation semblent donc commencer à porter leurs fruits.

Les responsables de Perfect Holding précisent qu'ils continuent leur recherche proactive et leur évaluation d'opportunités d'acquisitions «soigneusement sélectionnées». Ils peuvent pour ce faire s'appuyer sur des instruments existants. – (ats)